



Tugas Akhir Desain Interior RI 141501

DESAIN INTERIOR RUANG KREATIF MEDIA VIDEO DENGAN KONSEP URBAN SEBAGAI USAHA MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF

Dea Andra
3412100107

Dosen Pembimbing
Thomas Ari K, Ssn, MT.
Anggra Ayu Rucitra, ST, MMT.

JURUSAN DESAIN INTERIOR
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2016



Undergraduate Theses Interior Design 141501

INTERIOR DESIGN CREATIVE MEDIA VIDEO WITH URBAN CONCEPT AS DEVELOPING CREATIVE INDUSTRY

Dea Andra
3412100107

Lecturer :

Thomas Ari K, Ssn, MT.

Anggra Ayu Rucitra, ST, MMT.

INTERIOR DESIGN DEPARTEMENT

Technic Civil Engineer and Planning Faculty

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya 2016

LEMBAR PERSETUJUAN

DESAIN INTERIOR RUANG KREATIF MEDIA VIDEO DENGAN KONSEP URBAN SEBAGAI USAHA MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada
Jurusan Desain Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

DEA ANDRA
NRP 3412100107

Disetujui oleh Tim Pembimbing Tugas Akhir :

Thomas Ari K, Ssn, MT. (Pembimbing 1)
NIP. 19750429 200112 1002

Anggra Ayu Rucitra, ST, MMT. (Pembimbing 2)
NIP. 19830707 201012 2004



SURABAYA
JULI 2016

DESAIN INTERIOR RUANG KREATIF MEDIA VIDEO DENGAN KONSEP URBAN SEBAGAI USAHA MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF

Nama : Dea Andra
NRP : 3412100107
Pembimbing 1 : Thomas Ari K, S.Sn, MT
Pembimbing 2 : Anggra Ayu Rucitra, ST, MMT.

ABSTRAKS

Dalam perkembangan Indonesia salah satu ujung tombak perekonomian Indonesia adalah industri kreatif. Menurut menteri perdagangan, industri kreatif dibedakan menjadi 14 subsektor, salah satunya adalah media video. Video sendiri sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia, terutama bagi masyarakat perkotaan yang terus mengikuti perkembangan jaman. Kebutuhan akan media video untuk membantu aktivitas masyarakat mulai berkembang pesat, baik digunakan sebagai media mencari serta memberikan informasi, hiburan, referensi, maupun bisnis. Isu mengenai MEA terus berkembang pesat dan berbagai negara di Asia sibuk mengembangkan industri kreatif dengan memaksimalkan sumber daya manusia yang kreatif serta menggunakan video sebagai media mengembangkan industri kreatif. Namun masyarakat Indonesia masih belum banyak yang menguasai proses pembuatan video kreatif, sedangkan minat hanya melihat video cukup tinggi.

Berdasarkan fenomena tersebut masyarakat perkotaan seperti Yogyakarta dan kota besar lainnya membutuhkan sebuah ruang yang mampu membantu proses pembuatan video kreatif. Ruang kreatif media video yang berada di Yogyakarta dapat digunakan sebagai alternatif untuk menghadapi fenomena yang ada. Ruang kreatif ini bertujuan untuk memberikan fasilitas dalam proses pembuatan video kreatif yang dapat mendukung industri kreatif subsektor videografi.

Konsep yang dihadirkan pada ruang kreatif media video ini adalah urban, dengan membawa karakteristik dari konsep urban yang dinamis, fleksibel, dan multifungsi yang membantu proses pembuatan video, serta dikombinasikan dengan sentuhan modern yang menggunakan teknologi terbaru seperti hologram, *mapping* dan *interactive wall*. Penggunaan warna cerah dan memberikan elemen kreatif pada setiap ruang sebagai salah satu aspek yang sangat diperhatikan, diharapkan dapat memberikan nuansa kreatif dan menarik masyarakat Indonesia untuk membuat video kreatif

Kata Kunci : *Ruang Kreatif, Urban, Video, Industri Kreatif*

INTERIOR DESIGN CREATIVE MEDIA VIDEO WITH URBAN CONCEPT AS DEVELOPING CREATIVE INDUSTRY

Name	: Dea Andra
NRP	: 3412100107
Departement	: Desain Interior
Lecturter 1	: Thomas Ari K, S.Sn, MT
Lecturter 2	: Anggra Ayu Rucitra, ST, MMT.

ABSTRACTION

In Indonesia the development of one of the spearheads of the Indonesian economy is the creative industry. According to the minister of commerce, the creative industries are divided into 14 sub-sectors, one of which is the video . Video itself is very well known by the people of Indonesia, especially for urban communities who continue to follow the development era. The need for video media to help the community activities began to grow rapidly, both used as a medium for seeking and providing information, entertainment, reference, and business. The issue of MEA continues to grow rapidly and various Asian countries are busy developing her creative industries by maximizing the creative human resources and using video as a medium to develop creative industries. But the Indonesian society is still not a lot to master the creative process of making the video, while the interest only see the video is quite high.

Based on the phenomenon of urban communities such as Yogyakarta and other large cities require a space which can help the process of making creative video. Video media creative space located in Yogyakarta can be used as alternatives to confront the phenomenon exists. Creative space aims to provide facilities in the creative process of making videos that can support the creative industry sub-sector videography.

The concept presented in this video media creative space is urban, with the characteristics of the urban concept of a dynamic, flexible and multifunctional that helps the process of making the video, and combined with a modern touch using the latest technology such as holograms, mapping and interactive wall. The use of bright colors and give a creative element in every room as one of the aspects are concerned, is expected to give the feel of creative and interesting people of Indonesia to make a creative video

Keywords: *Creative Space, Urban, Video, Creative Industries*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya. Saya selaku penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir (RI 141501) dengan judul Desain Interior Ruang Kreatif Media Video dengan Konsep Urban Sebagai Usaha Mengembangkan Industri Kreatif.

Laporan tugas akhir desain interior ini disusun berdasarkan dan bersumber pada apa yang ada dan telah penulis lakukan dan alami ketika menyelesaikan tugas-tugas yang telah diberikan oleh pembimbing dan penguji kepada penulis.

Penulis mengakui masih banyak kekurangan didalam pelaksanaan dan penyusunan laporan tugas akhir desain interior ini. Untuk itu penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang ada. Semoga dengan keberanian mengakui kesalahan dan kekurangan serta adanya kebesaran hati untuk menerima segala kritika dan saran yang akan menjadi proses pendewasaan penulis sebagai seorang pribadi calon sarjana Desain Interior ITS, Amin.

Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sumber pengetahuan dan bahan evaluasi untuk pelaksanaan tugas akhir desain interior kedepannya. Mencoba sesuatu yang baru adalah suatu hal yang mutlak untuk melakukan perubahan, perubahan selalu ada dan diarahkan kepada yang lebih baik dan kesalahan-kesalahan yang penulis lakukan selama ini adalah proses perjalanan tersebut. Dan keberhasilan yang telah tercapai diharapkan menjadi landasan untuk terus menerus menjadi lebih baik menuju batas kemampuan yang dimiliki.

Surabaya, Juni 2016
Penulis

Dea Andra

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, rizqi dan kekuatan serta segala yang telah dikaruniakan kepada saya dan orang-orang yang saya cintai dan hormati.
2. Ibu saya, Tuti Sandra Irawati yang saya kagumi kesabaran dan keteguhan hatinya, yang telah banyak memberikan arti serta kesabaran dan tanggung jawab sebagai manusia yang selalu mendoakan saya.
3. Thomas Ari K, S.Sn, MT, dan Anggra Ayu Rucitra, ST, MT selaku dosen pembimbing. Terima kasih banyak atas segala ilmu dan bimbingan yang bapak dan ibu berikan, semoga selalu bermanfaat.
4. Bapak Adi Wardoyo, Pak Mahendra selaku dosen penguji, terima kasih atas semua masukan, saran dan kritik yang diberikan kepada saya, semoga dapat bermanfaat dan menjadikan saya lebih baik kedepannya
5. Seluruh Dosen Desain Interior. Terima kasih banyak.
6. Teman seperjuangan Desain Produk dan Desain Interior ITS angkatan 2012 yang telah memberikan dukungan moral dan motivasi yang banyak kepada saya untuk terus menyelesaikan penyusunan tugas akhir
7. Adik kelas yang selalu memberikan dukungan motivasi dan ketersediannya di saat saya butuh teman cerita dikala bingung
8. Ichsan Samson senior yang telah membantu memberikan saran, motivasi dan teknis dalam berpikir untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir.
9. Teman-teman kontrakan SPR, Nduti, Okik, Jeihan, Parjo dan Diyan yang telah bersedia direcokin di kontrakan.
10. Game Developer Dota 2, yang sudah menghibur saya dikala sedang buntu.
11. Dan untuk semua yang tidak bisa saya sebutkan semuanya dan telah banyak membantu saya menyelesaikan tugas akhir ini, saya ucapkan terima kasi. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusannya, Amin.

DAFTAR ISI

Abstraksi	i
Abstract	iii
Kata Pengantar	v
Ucapan Terima Kasih	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xxi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tema dan Judul	2
1.2.1 Tema	2
1.2.1.1 Latar Belakang Tema	3
1.2.1.2 Definisi Tema	3
1.2.1.3 Penerapan Tema	3
1.2.2 Definisi Judul	4
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat	5
1.6 Objek Perancangan	6
1.7 Lingkup Desain	6
1.8 Metodologi Desain	6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Video	9
2.1.1 Definisi Video.....	9
2.1.2 Jenis Video	9
2.1.3 Macam-macam Video.....	10
2.1.4 Definisi dan Tujuan Editing Video	11
2.1.5 Kelebihan dan kekurangan Video	13
2.1.6 Peralatan yang diperlukan untuk Merekam Video	13
2.2 Tinjauan Ruang Kreatif	19
2.2.1 Definisi Ruang Kreatif	19
2.2.2 Kelebihan Ruang Kreatif	19
2.2.3 4 Aspek Ruang Kreatif	20
2.2.3.1 <i>Places</i>	20
2.2.3.2 <i>Propertues</i>	25
2.2.3.3 <i>Action</i>	28
2.2.3.4 <i>Attitude</i>	29
2.3 Tinjauan Urban	31
2.3.1 Defini Interior Urban	31
2.3.2 Karakteristik Interior Urban	33
2.3.3 Studi Psikologi Warna Dalam Interior Urban	34
2.4 Tinjauan Industri Kreatif	36

2.4.1 Definisi Industri Kreatif	36
2.4.2 Karakteristik Industri Kreatif	37
2.4.3 Jenis Industri Kreatif	38
2.5 Sistem Utilitas Bangunan	41
2.5.1 Studi Sistem Pencahayaan	41
2.5.1.1 Aspek Psikologis Pencahayaan	43
2.5.1.2 Jenis Lampu	45
2.5.2 Sistem Pencegah Kebakaran	47
2.5.3 Sistem Penghawaan	52
2.5.4 Sistem Keamanan	53
2.5.5 Sistem Tata Suara	54
2.6 Studi Anthropometri	55
2.7 Studi Ergonomi	59
2.8 Kajian Eksisting	62

BAB 3 METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	65
3.2 Tahap Pengumpulan Data	67
3.3 Tahap Analisa Data	69
3.4 Tahap Proses Desain	71

BAB 4 ANALISA DATA

4.1 Data	73
4.2 Analisa Eksisting	75
4.2.1 Corporate Image	75
4.2.2 Analisa Denah Eksisting	76
4.2.3 Analisa Fasilitas dan Aktivitas	77
4.2.3.1 Analisa Studi Aktivitas	77
4.2.3.2 Analisa Hubungan Ruang	77
4.3 Rencana Layout Ruang	78
4.3.1 Alternatif Layout 1	78
4.3.2 Alternatif Layout 2	78
4.3.3 Alternatif Layout 3	79
4.3.4 Weighted Method	80
4.4 Analisa Pembandingan	80
4.4.1 Pembandingan 1 – Creative Space Youtube, California	80
4.4.2 Pembandingan 2 Google Campus, London	83
4.5 Kuisisioner	86
4.5.1 Pertanyaan Kuisisioner	86
4.6 Analisa Hasil Kuisisioner	87

BAB 5 KONSEP DESAIN

5.1 Objek Desain	89
5.2 Konsep Desain	90
5.2.1 Konsep Analisa Aktivitas	91
5.2.2 Tree Method	93
5.2.3 Konsep Makro	94

5.2.4 Standarisasi Ruang Kratif	95
5.2.4.1 <i>Places</i>	96
5.2.4.2 <i>Properties</i>	98
5.2.5 Aplikasi Desain	100
5.2.5.1 Konsep Lantai	100
5.2.5.2 Konsep Dinding	102
5.2.5.3 Konsep Plafond	103
5.2.5.4 Konsep Material	104
5.2.5.5 Konsep Warna	105
5.2.5.6 Konsep Pencahayaan	106
5.2.5.7 Konsep Furnitur	107
5.2.5.8 Konsep Elemen Estetis	107

BAB 6 DESAIN AKHIR

6.1 Layout Denah Terpilih	109
6.2 Ruang Terpilih 1	112
6.2.1 Layout Ruang Terpilih 1	112
6.2.2 Desain Akhir Ruang terpilih 1 (Area Penyewaan Barang)	113
6.2.3 Desain Akhir Ruang Terpilih 1 (Studio Rekam Makro)	115
6.3 Ruang Terpilih 2	118
6.3.1 Layout Ruang Terpilih 2	118
6.3.2 Desain Akhir Ruang Terpilih (<i>Office</i>)	118
6.4 Ruang Terpilih 3	121
6.4.1 Layout Ruang Terpilih 3	121
6.4.2 Desain Akhir Ruang Terpilih 3 (<i>Uploading Area & Lounge</i>)	122
6.4.3 Desain Akhir Ruang Terpilih 3 (<i>Pantry, & Area Diskusi</i>)	126

BAB 7 PENUTUP

7.1 Kesimpulan	129
7.2 Saran	130
7.3 Penutup	130

DAFTARPUSTAKA.....	131
---------------------------	------------

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kamera Canon 5D Mark II	14
2.2 Sound Recorder Zoom H4N	15
2.3 Lampu <i>Fluorescent</i>	16
2.4 Lampu <i>Incandescent</i>	16
2.5 <i>Boom Microphone</i>	17
2.6 Tripod	18
2.7 Ruang Kerja	21
2.8 <i>Drop in area</i>	22
2.9 Area Lobby	22
2.10 Studio Rekam	23
2.11 Lorong	24
2.12 <i>Rest Area</i>	24
2.13 Orientasi diskusi	26
2.14 Media diskusi	26
2.15 Area diskusi	27
2.16 <i>Storage</i> multifungsi	28
2.17 Pemanfaatan cahaya	32
2.18 Penggunaan material kayu	33
2.19 Hidran dalam gedung	48
2.20 <i>Sprinkler Head</i> warna merah	49
2.21 Tabung halon	50
2.22 <i>Fire damper</i>	51
2.23 <i>Smoke and Heat Ventilating</i>	51
2.24 <i>AC central</i>	53
2.25 CCTV	54
2.26 <i>Sound system</i>	55
2.27 Daerah visual pandangan mata	58
2.28 Ergonomi duduk	59
2.29 Area Kerja	62
2.30 Area Seminar	63

BAB 3 METODELOGI PENELITIAN

3.1 <i>Mind map</i> metodologi desain	67
3.2 Diagram metode pencarian data	71

BAB 4 ANALISA DATA

4.1 Logo Loop Station	75
4.2 Denah Eksiting	76
4.3 Matrix diagram hubungan ruang	77
4.4 Alternatif <i>layout</i> 1	78
4.5 Alternatif <i>layout</i> 2	78
4.6 Alternatif <i>layout</i> 3	79

4.7 Lobby dan area tunggu ruang kreatif Youtube	81
4.8 Studio rekam makro dan mikro	82
4.9 Ruang rapat dan area kerja	82
4.10 <i>Google Campus</i>	83
4.11 Area lobby dan ruang tunggu	84
4.12 Area kerja dan <i>gathering space</i> view 1	85
4.13 Area kerja dan <i>gathering space</i> view 2	85

BAB 5 KONSEP DESAIN

5.1 Latar belakang konsep	89
5.2 Konsep sirkulasi pengguna	91
5.3 Konsep sirkulasi pengelola	92
5.4 Tree Method	93
5.5 Konsep makro	95
5.6 Konsep lantai	100
5.7 Konsep lantai	101
5.8 Konsep dinding	102
5.9 Ragam konsep dinding	102
5.10 Ragam material dinding	103
5.11 Konsep plafond	103
5.12 Ragam konsep dinding	104
5.13 Material plafond	104
5.14 Material Kayu, baja dan beton	105
5.15 Konsep warna netral dan warna cerah	106
5.16 Konsep pencahayaan	106
5.17 Ragam konsep furnitur	107
5.18 Ragam konsep elemen estetis	108

BAB 6 DESAIN AKHIR

6.1 Layout denah keseluruhan	109
6.2 Layout denah area kerja	110
6.3 Layout denah area santai	111
6.4 Layout Furnitur Ruang Terpilih 1	113
6.5 Perspektif area penyewaan barang <i>view 1</i>	114
6.6 Perspektif area penyewaan barang <i>view 2</i>	115
6.7 Perspektif Studio Rekam <i>view 1</i>	116
6.8 Perspektif Studio Rekam <i>view 2</i>	117
6.9 Layout Furnitur Ruang Terpilih 2	118
6.10 Perspektif Area Kerja <i>view 1</i>	120
6.11 Perspektif Area Kerja <i>view 2&3</i>	121
6.12 Layout Ruang Terpilih 3	121
6.13 Perpspektif <i>Uploading Area view 1</i>	123
6.14 Perpspektif <i>Uploading Area view 2</i>	124
6.15 Perspektif <i>Lounge view 1</i>	125
6.16 Perspektif <i>Lounge view 2</i>	126
6.17 Perskpektif <i>Pantry</i>	127
6.18 Perspektif area diskusi	128

DAFTAR TABEL

BAB 4 ANALISA DATA

4.1 Data yang dibutuhkan dan metode yang dilakukan	73
4.2 Studi Aktivitas	77
4.3 Weight Method	80
4.4 Data hasil analisa kuisioner	87

BAB 5 KONSEP DESAIN

5.1 Ide Konsep Desain	90
-----------------------------	----



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan Indonesia, salah satu ujung tombak perekonomian Indonesia adalah industri kreatif. Industri kreatif sendiri dibagi menjadi 14 subsektor. Salah satunya adalah subsektor video. Masyarakat Indonesia sudah sangat mengenal dengan berbagai jenis video. Media yang sering digunakan untuk melihat berbagai video juga semakin banyak berkembang. Seperti, Youtube, Instagram, Facebook, Vimeo dan lain-lain. Dalam perkembangannya video semakin banyak memiliki fungsi, digunakan sebagai media informasi, media hiburan, media promosi atau media untuk mengekspresikan diri. Masyarakat Indonesia lebih menyukai video untuk mendapatkan informasi dibandingkan membaca. Namun untuk saat ini masyarakat Indonesia masih hanya sebagai penikmat atau penonton. Hal ini dibuktikan dari minimnya video kreatif yang beredar di dunia maya.

Dalam pengembangannya ruang kreatif di Indonesia sangat diminati terutama kota-kota besar di negara-negara maju dikarenakan lingkungan kerja yang produktif dan kenyamanan dalam pengembangan ide-ide kreatif. Ruang kreatif sangat cocok digunakan sebagai salah satu pengembangan industri kreatif dalam era globalisasi yang memiliki persaingan yang sangat ketat, dan salah satunya untuk mempersiapkan MEA.

Loop Station yang berada di Yogyakarta merupakan salah satu ruang kreatif yang sedang berkembang dan lebih berfokus dengan pengembangan video kreatif. Pada ruang kreatif ini memberikan beberapa fasilitas-fasilitas yang berbeda dengan ruang kreatif lainnya. Seperti, area *games*, *lounge*, studio rekam dan studio seminar. Selain itu ruang kreatif ini sering mengundang Youtuber atau orang memiliki akun Youtube dan aktif mengunggah video pada *channel* miliknya untuk diundang berbagi ilmu mengenai teknik pembuatan video kreatif. Namun, dari minat masyarakat sekarang yang masih ingin menjadi penonton membuat ruang kreatif ini masih minim peminat.



Oleh karena itu penulis ingin merencanakan desain interior ruang kreatif agar bisa menarik minat masyarakat Indonesia untuk membuat video kreatif dan mengembangkan industri kreatif dalam subsektor videografi.

Untuk dapat memberikan suasana kreatif, penulis memaksimalkan fasilitas penunjang untuk mendapatkan informasi maupun untuk mengembangkan kreatifitas. Sasaran penulis untuk ruang kreatif ini adalah remaja yang merupakan usia produktif dan mempunyai ide-ide yang selalu menarik agar mampu berkontribusi dalam pengembangan industri kreatif dan bersaing secara global. Salah satu usaha penulis untuk mendapatkan data adalah melakukan wawancara dan penyebaran kuisisioner yang diharapkan mampu memberikan data yang lengkap dan mendukung konsep perancangan desain interior ruang kreatif media video

1.2 Tema dan Judul

Konsep desain yang digunakan dapat dicapai dengan mengaplikasikan bentuk dan grafis pada interior bangunan dan memperhatikan fungsi dan kebutuhan ruang yang diperlukan untuk memberi kesan dan *image* tertentu yang dapat menyatu dengan masyarakat perkotaan.

1.2.1 Tema

Memadukan fasilitas yang telah disediakan pada ruang kreatif seperti studio rekam dengan kantor. Dipadukan dengan sentuhan urban sebagai *image* masyarakat perkotaan dengan cara pemanfaatan fungsi. Konsep merupakan penerapan dari kondisi dan harapan untuk menarik minat masyarakat akan pembuatan video kreatif dan mampu berperan aktif untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia.

1.2.1.1 Latar Belakang Tema

Bentuk interior bangunan dapat dicapai melalui beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan fungsi bangunan. Hal ini penting karena dalam bangunan



komersial bentuk dan estetika bangunan lebih berperan memberi kesan dan daya tarik, disamping tetap memperhatikan fungsi dan sistem struktur yang ada dalam bangunan.

Penggunaan tema urban ditunjukkan untuk memberikan *image* terhadap masyarakat pada zaman ini yang memiliki tingkat kesibukan yang menginginkan hal-hal yang praktis dan dinamis untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah kegiatan sehari-seharinya.

1.2.1.2 Definisi Tema

Urban: Perkotaan, Kawasan perkotaan, bersifat kekotaan

Definisi Urban:

Wilayah yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pemukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi

1.2.1.3 Penerapan Tema

Tujuan yang ingin dicapai dalam desain interior ruang kreatif dengan nuansa urban sebagai usaha untuk memaksimalkan fungsi ruang diharapkan dapat dicapai melalui penerapan nuansa urban *image branding* masyarakat perkotaan pada zaman ini yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi dan tetap mampu mengembangkan ide kreatif serta mampu bersaing secara global.

Sesuai dengan uraian diatas, elemen urban diterapkan pada elemen interior seperti penggunaan material dan memberikan suasana urban pada ruang kreatif yang memiliki fasilitas tambahan seperti gallery, perpustakaan dan studio workshop, selain itu konsep multifungsi digunakan untuk memaksimalkan fungsi ruang dan akan menarik lebih banyak pengunjung dan dapat mengembangkan kreatifas pengguna.

1.2.2 Judul



Desain Interior Ruang Kreatif Media Video dengan konsep Urban Sebagai Usaha Mengembangkan Industri Kreatif

1.2.2.1 Definisi Judul

1. Definisi Desain Interior

Bidang keilmuan yang bertujuan untuk dapat menciptakan suatu lingkungan binaan (ruang dalam) beserta elemen-elemen pendukungnya, baik fisik maupun non fisik, sehingga kualitas kehidupan manusia yang berada didalamnya menjadi lebih baik

2. Definisi Ruang Kreatif

Ruang kreatif adalah gaya kerja yang melibatkan lingkungan berkerjasama, seringkali berupa kantor atau kegiatan mandiri. Tidak seperti di lingkungan kantor yang khas. Ruang kreatif menawarkan solusi untuk masalah isolasi yang banyak freelancer yang bekerja di rumah, sementara pada saat yang sama membuat mereka ingin bekerja diluar rumah.

3. Definisi Urban

Wilayah yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pemukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi

4. Definisi Industri Kreatif

Industri kreatif adalah kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait penciptaan atau pembuatan satu benda atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Di Eropa industri kreatif lebih dikenal dengan sebutan 'Industri Budaya'.

1.3 Identifikasi Masalah



1. Tidak adanya fasilitas untuk berkumpul dan bertukar ilmu dalam pembuatan video kreatif
2. Kurangnya pemanfaatan ruang kreatif dalam industri kreatif subsektor videografi karena minimnya peminat masyarakat Indonesia dalam industri kreatif subsektor videografi
3. Kurang terciptanya suasana yang nyaman dalam mengembangkan kreatifitas yang mampu menciptakan produktivitas dalam mengembangkan ide kreatif
4. Mahalnya media rekam video dan editing set, sehingga perlu dikejakan bersama
5. Kurangnya wadah atau fasilitas penyalur kreatifitas

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menciptakan fasilitas yang dapat digunakan sebagai area berkumpul, berinteraksi dan bertukar ilmu dalam pembuatan videografi?
2. Bagaimana memaksimalkan fungsi ruang kreatif media video untuk menarik minat masyarakat Indonesia agar berperan dalam industri kreatif subsektor videografi?

1.5 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka maksud dan tujuan dari “ *Desain Interior Ruang Kreatif Media Video dengan Konsep Urban sebagai Usaha Mengembangkan Industri Kreatif* ” adalah :

- a. Tujuan : Menarik peminat masyarakat Indonesia untuk mengembangkan industri kreatif dengan memanfaatkan ruang kreatif
- b. Manfaat :
 1. Menciptakan ruang kreatif yang nyaman dalam mengembangkan industri kreatif Indonesia dalam sub sektor videografi
 2. Mengidentifikasi potensi, hambatan ruang kreatif dalam industri kreatif berupa media videografi
 3. Menarik peminat masyarakat untuk membuat video kreatif



1.6 Objek Perancangan

Objek perancangan ini berada di Jl. Trikora no.2, Yogyakarta.

1.7 Lingkup Desain

Lingkup desain ruang kreatif ini meliputi:

- a. Interior Bangunan
- b. Denah
- c. Pencahayaan sesuai dengan standar yang berlaku
- d. Furnitur dan elemen estetis yang digunakan.

1.8 Metodologi Desain

1.8.1 Tahap Pengumpulan Data

- Observasi Eksisting
Observasi ini dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan eksisting yang digunakan sehingga dapat memperoleh gambaran tentang eksisting, serta menganalisa desain interior bangunannya.
- Wawancara
Wawancara dengan pengelola ruang kreatif, youtubers terkenal, dan masyarakat yang menyukai videografi
- Studi Literatur
Studi Literatur yang digunakan adalah pencarian data yang berhubungan dengan riset yang sedang dilakukan yang diperoleh dari jurnal, buku-buku teks, laporan penelitian, internet dan majalah.

1.8.2 Tahap Analisa Data

Dalam tahap ini, data dan informasi yang diperoleh akan diproses, dianalisa dan dikompresikan untuk kemudian diterapkan kedalam



rancangan desain yang digunakan. demikian kategori analisa yang diperlukan:

- **Analisa Langgam**

Analisa ini mencakup tentang penelitian karakteristik Urban yang berperan sebagai pengendalian suasana dan target konsumen.

- **Analisa Material**

Analisa ini mencakup tentang analisa material yang kerap digunakan dalam Urban. Material yang diperlukan untuk sebuah ruang kreatif

- **Analisa Pencahayaan**

Analisa ini berisi tentang analisa pencahayaan alami dan artificial yang diperlukan dalam menunjang aktivitas dan memenuhi standarisasi showroom dengan tema yang digunakan.

- **Analisa Furnitur**

Analisa tentang bentuk, warna, dan material furnitur yang akan digunakan sesuai dengan tema Urban

- **Analisa Kebutuhan Ruang**

Analisa ini mencakup tentang analisa kebutuhan ruang khususnya area studio dan ruang diskusi yang dapat dimanfaatkan berbagai aktivitas

- **Analisa Sirkulasi**

Analisa ini mencakup sirkulasi yang akan diterapkan dalam interior area studio agar pengguna dapat lebih mengembangkan ide-ide kreatif

- **Analisa Hubungan antar ruang**

Analisa tentang hubungan dan sifat per ruang



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Video

2.1.1 Definisi Video

Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan *frame rate*, dengan *satufps*.

2.1.2 Jenis Video

Video pada dasarnya terdapat dua jenis video dalam *layer* komputer, yaitu: analog dan video digital.

2.1.2.1 Video Analog

Meskipun banyak video yang diproduksi hanya untuk platform display digital (untuk web, CDROM, atau sebagai presentasi HDTV DVD). Video analog (kebanyakan masih digunakan untuk penyiaran televisi) masih merupakan platform yang paling banyak diinstal untuk mengirim dan melihat video.

Standar penyiaran video analog yang paling banyak digunakan di dunia antara lain:

1. NTSC

Amerika Serikat, Kanada, Meksiko, Jepang dan banyak negara lain menggunakan system penyiaran dan pemutaran video berdasarkan



spesifikasi yang dibuat pada tahun 1952, National Television Standar Comitee.

2. PAL

Sistem Phase Alternate (PAL) digunakan di Inggris, Eropa Barat, Australia, Afrika Selatan, Cina dan Amerika Selatan

3. SECAM

Sistem Sequential Color and Memory (digunakan di Perancis, Eropa Timur dan Rusia). Tv yang dijual di Eropa memanfaatkan dual komponen dan dapat menggunakan system PAL dan SECAM

4. ATSC

High Definition Television (HDTV). Hal penting untuk produser multimedia, standar tersebut mengizinkan adanya tranmisi data ke computer dan untuk layanan ATV interaktif yang baru

2.1.2.2 Video Digital

Integrasi penuh dari video digital dalam kamera dan komputer mengurangi bentuk televisi analog dari video dan dari produksi multimedia serta platform pengiriman, jika kamera video menggerakkan sinyal output digital, maka dapat langsung merekam video.

Sebuah videoklip disimpan sebagai data di hard dis, CD-ROM atau perangkat penyimpanan massal lain. Dunia video kini telah mengalami perubahan dari analog ke digital. Pada konsumen rumahan dan perkantoran masyarakat dapat menikmati kualitas video digital yang prima lewat hadirnya teknologi VCD dan DVD sedang dunia *broadcasting* kini juga lambat laun mengalihkan teknologinya kearah DTV (Digital Television)

2.1.3 Macam-macam Video

1. Video IP



Adalah video yang dilewatkan melalui IP. Terdapat tiga kategori video pada saat mereka dipancarkan pada publik baik melewati satelit, melalui kabel, dan melalui IP atau format radio analog.

2. Videotex

Istilah yang dibuat ITU untuk menjelaskan peralatan TV yang digunakan untuk menampilkan data berbasis komputer, baik dikirimkan lewat telepon atau lewat kanal pemancar.

3. Video Out Fitur

Pada perangkat keras yang bisa menghubungkan kamera ke video in port pada televisi atau monitor dan menampilkan citra digital di layar video.

4. Video RAM

Disingkat dengan VRAM. Tipe spesial dari DRAM yang memungkinkan akses direct high speed memory melalui sirkuit video. Jenis memori ini lebih mahal bila dibandingkan chips DRAM yang konvensional.

5. Video Text

Suatu kemampuan untuk mengirimkan mentransmisikan secara dua arah dari suatu gambar dan suara.

2.1.4 Definisi dan Tujuan Editing Video

2.1.4.1 Definisi Editing Video

Editing adalah proses menggerakkan dan menata video hasil rekaman gambar menjadi suatu rekaman gambar yang baru dan enak untuk dilihat, seperti:



- a. Menata, menambahkan atau memindahkan klip video atau klip audio
- b. Menerapkan *colour correction*, filter dan peningkatan yang lain
- c. Membuat transisi antar klip

2.1.4.2 Tujuan Editing Video

Ada banyak alasan para pembuat video melakukan editing, namun secara umum tujuan editing video antara lain:

- a. Memindahkan klip video yang tak dikehendaki
- b. Memilih gambar *dank lip* yang terbaik
- c. Menciptakan arus
- d. Menambahkan efek, grafik, musik dan lainnya
- e. Mengubah gaya dan suasana hati dan langkah dari gambar
- f. Memberikan sudut yang menarik bagi hasil rekaman

Beberapa istilah dalam mengedit video

- a. *capture device*: adalah alat atau perangkat keras yang mengubah atau mengkonversi video analog ke video digital.
- b. *compressors and codec*: adalah perangkat lunak atau program yang memadatkan atau menghilangkan. *Compress* atau pemadatan untuk membuat ukuran video menjadi lebih kecil
- c. *editing*: adalah proses mengubah dan memanipulasi serta mengumpulkan videoklip, *audio track*, grafik dan material lain menjadi suatu paket tayangan yang menarik dan baik. *Editing* juga membuat transisi antar klip dan menjadi bagian dari proses *post production* atau pasca produksi.
- d. *editi decision list* (EDL): adalah daftar keputusan mengenai hal-hal yang dimasukkan atau dikeluarkan dalam proses editing.
- e. *Encoding*: adalah proses mengubah video klip dalam format tertentu. Misalnya format 3gp menjadi format avi, wmv, mpeg, dat.



- f. *Transitition*: adalah jalan atau cara mengubah atau memadukan satu *shot* ke *shot* berikutnya.

2.1.5 Kelebihan dan Kekurangan Video

Dapat dilihat dari proses pembuatan video yang memerlukan teknik dan berbagai alat untuk membuat video. Video memiliki beberapa kelemahan dan kelebihan dibandingkan dengan media lainnya.

1. Kelebihan dari video
 - a. Menambah semangat bagi yang melihat
 - b. Menambah perhatian
 - c. Mengklarifikasikan aksi fisik yang kompleks
 - d. Dapat menggabungkan dengan media lainnya
2. Kelemahan dari video
 - a. Sangat mahal untuk diproduksi
 - b. Membutuhkan memori dan penyimpanan tambahan
 - c. Membutuhkan peralatan yang special
 - d. Tidak secara efektif menggambarkan konsep abstrak dan situasi static.

2.1.6 Peralatan yang diperlukan untuk merekam video

a. Kamera

Kamera merupakan alat utama dalam pembuatan video. Memilih kamera yang tepat adalah solusi cerdas untuk mengurangi biaya pembuatan video. Contohnya pemilihan kamera dengan fitur *Image Stabizitaion* di dalamnya. *Image Stabilizer* mampu mengambil gambar lebih stabil sehingga meminimalisir penggunaan tripod atau *steady camera*.

Dalam produksinya tiap produsen kamera mempunyai perbedaan fitur, seperti kamera Canon dan Sony dalam kameranya memiliki *image*



stabilization (IS) sementara, Nikon memiliki *vibration reduction*. Beberapa contoh kamera yang sudah memiliki *image stabilizer* antara lain adalah: Canon (60 D, 700 D, 70 D, 7D, 5D Mark II), Sony (A5000, A600, A7S), Nikon (D5300, D7100(DX), D610 (FX))



Gambar 2.1. Kamera Canon 5d Mark II
Sumber : <http://www.en.wikipedia.org/canoncamera>, 2016

b. Sound Recorder

Salah satu alat terpenting dalam pembuatan video adalah perekam suara. Dalam proses merekam perlu diperhatikan suara yang diambil dan tidak hanya mengandalkan *microphone* yang terdapat pada kamera, agar suara yang diambil lebih terdengar jelas.

Salah satu produk perekam suara yang memiliki performa yang baik dalam mengambil suara adalah Zoom H4N, hal ini dikarenakan Zoom H4N memiliki 4 *channel audio recorder*, 2 *built in stereo condensor* + 2 *external input combo* dengan *phantom power*. Dengan fitur yang mumpuni, Zoom H4N masih menjadi standar *sound equipment* untuk video saat ini.



© 2009 CBS Interactive

Gambar 2.2. Sound Recorder Zoom H4N
Sumber : <http://www.seedstudio.com>, 2016

c. *Lighting*

Pencahayaan membantu menghasilkan gambar yang tajam ketika melakukan rekaman dalam keadaan kurang cahaya, seperti di malam hari, *indoor* atau saat cuaca mendung. *Camcorder* dan *DSLR* akan menurunkan kualitas gambarnya ketika mendeteksi objek yang direkam memiliki kurang cahaya. Oleh karena itu kebutuhan akan *lighting* menjadi *urgent* ketika lokasi atau objek yang akan direkam minim penerangan. Dalam pembuatan video jenis lapu yang digunakan antara lain adalah:

1. Lampu *Fluorescent*

Lampu *fluorescent* atau lampu neon sangat bervariasi. Biasanya, memiliki kandungan warna putih dengan sedikit kehijauan. Lampu semacam ini biasa dijumpai di toko, rumah, stadion, atau di kantor. Variasi lampu *fluorescent* antara lain *Sodium-vapor*, *Warm-white fluorescent*, *White fluorescent*, *Cool-white fluorescent*, *Day White fluorescent*, *Daylight fluorescent*, dan *High temp mercury*. Untuk menyeimbangkannya digunakan *WB fluorescent* yang bersuhu kira-kira 3500-4500 K.



Gambar 2.3 Lampu *fluorescent*
Sumber : <http://www.genesislamp.com>, 2015

2. Lampu *Incandescent* / Lampu Pijar

Warna dari lampu pijar agak kuning atau jingga, biasanya lampu ini sering digunakan untuk pembuatan video pada malam hari untuk mendukung suasana yang diinginkan, seperti suasana romantic pada *candle light dinner*. Untuk menyeimbangkannya, digunakan WB tungsten yang bersuhu sekitar 2000-3000K.



Gambar 2.4 Lampu *incandescent*
Sumber : <http://www.lightmaster.ie>, 2015



d. Microphone

Ada 3 pilihan *microphone* untuk pengambilan suara sesuai dengan kebutuhan video yang akan direkam yaitu *shotgun mic*, *boom mic*, dan *clip-on*. Untuk film dokumenter sangat cocok menggunakan jenis *microphone clip-on* dikarenakan *microphone* ini langsung digunakan oleh pemeran video. Untuk *boom mic* sangat cocok digunakan untuk membuat video atau film pendek, jangkauan jaraknya cukup jauh dikarenakan menggunakan tongkat. Sedangkan untuk *shotgun mic* sangat cocok digunakan untuk video reportase karena jangkauan arah lurus yang jauh dengan objek yang susah untuk didekati.



Gambar 2.5 Boom Microphone
Sumber : <http://www.videomaker.com>, 2015

e. Tripod

Tripod adalah alat penyangga kamera dan merupakan bagian penting untuk merekam sebuah video karena memiliki banyak kegunaan. Diantaranya, membantu mengurangi kelelahan ketika menopang beban kamer, meminimalisir guncangan pada saat merekam, membantu dalam pengambilan *angle* yang sulit jika menggunakan tangan. Banyak sekali jenis tripod seperti *slider*, *reflector* dan yang lainnya.



Gambar 2.6. Tripod

Sumber : <http://www.videomaker.com>, 2012

f. Hardware dan Software *Editing*

Personal computer atau biasa disebut dengan PC bisa menjadi komponen utama selanjutnya dalam proses pembuatan video. PC atau laptop digunakan untuk mengolah video, mulai dari penyusunan video, memotong adegan, edit suara, menambah efek dan masih banyak lagi. Spesifikasi PC atau laptop paling minimum untuk *editing* yaitu prosesor Intel Core 2 Duo, Ram 2 GB dan VGA 1 GB. Namun pada spesifikasi masih memiliki banyak kendala dalam proses *editing* seperti *lag* atau tersendat karena besaran video yang digunakan. Sebaiknya menggunakan Intel Core I5 atau di atasnya, RAM minimal 8 GB atau lebih dan VGA 2GB.

Untuk *software editing*, Adobe Premier menjadi software pilihan utama dikarenakan banyak para *video maker*, dan pengoperasian *software* ini sangat standar dan mudah dipahami selain itu *output* yang dihasilkan bisa maksimal dengan efek yang terdapat pada *plugin*. *Software* lain yang biasa digunakan adalah Adobe After Effect.



2.2 Tinjauan Ruang Kreatif

2.2.1 Definisi Ruang Kreatif

Ruang Kreatif adalah sebuah jaringan antar berbagai ruang kerja (*workspace*) di seluruh dunia, sebuah tempat bersuasana cafe dimana berbagai komunitas pekerja-berorientasi-hasil (ROW, *result-oriented-worker*, sebagai kebalikan dari pekerja *time-oriented-worker* seperti pekerja pabrik yang kinerjanya diukur dari kepatuhannya terhadap jam kerja tradisional) seperti pengembang software, arsitek, seniman, pengajar, wartawan, bahkan mahasiswa bekerja dan berkolaborasi.

Inti ruang kreatif adalah kerjasama dan komunitas, bukan sekedar ruang bekerja yang hip ('gaya'). Saat ini ribuan orang di seluruh dunia bekerjasama mempopulerkan coworking, suatu pola kerja baru yang (diramalkan) akan merubah etos kerja 9-to-5 bahkan wajah kota-kota di seluruh dunia selamanya. Bayangkan jika anda tidak perlu lagi melakukan *dailycommuting* yang melelahkan; cukup bersepeda ke *coworking space* terdekat dan anda pun bisa bekerja seperti halnya di kantor anda. Ini bukan mimpi. Media internasional seperti Reuter, Business Week, CNN dan New York Times sejak dua tahun lalu telah meramalkan bahwa coworking adalah trend masa depan.

2.2.2 Kelebihan Ruang Kreatif

Ruang kreatif di lain pihak, memberikan anda keuntungan suasana kerja yang nyaman dan santai seperti cafe ditambah dengan keuntungan berikut:

- Tidak menyediakan makanan yang harus dibeli agar pengguna tidak merasa risih. Bahkan kopi dan snack disediakan dengan gratis.



- Pengguna dapat memilih *flat membership fee* dan bukannya system *pay-per-visit* yang merepotkan dan penuh dengan *hidden charges*, seperti biaya penggunaan *digital projector* atau sekedar *cd-burning* yang ternyata tidak termasuk biaya penyewaan ruang rapat.
- Pengguna mendapatkan kesempatan untuk berkolaborasi dengan rekan-rekan antar profesi.
- Negosiasi lebih nyaman dan rahasia ada ruang khusus untuk itu.
- Penampilan tidak terlalu penting, meskipun mungkin pengguna sebaiknya tidak bekerja dengan sandal dan piyama.

2.2.3 4 Aspek Ruang Kreatif

Berdasarkan buku *Make Space* yang ditulis 2 bersaudara Scott Doorley dan Scott Withoft, Ruang kreatif memiliki *template* untuk menciptakan kreatifitas didalamnya. 4 hal tersebut adalah *places*, *properties*, *action* dan *attitude*.

2.2.3.1 Places / Tempat

Places atau tempat dalam ruang kreatif adalah sebuah *zoning* untuk membagi beberapa aktivitas berdasarkan kebutuhan dan manfaatnya. Dalam pembagaian zona yang perlu diperharikan adalah mendukung kebiasaan dan memberikan sebuah solusi dalam masalah yang timbul dari sebuah aktivitas. Dalam pengaplikasiannya terdapat 4 zona yang harus diperhatikan untuk mendukung aktivitas kerja didalam ruang kreatif. 4 hal tersebut adalah *home base*, *gathering spaces*, *threshold/transitions* dan *support structure*.

a. Home Base



Zona ini adalah zona yang berprinsip untuk mendukung aktivitas kerja secara individu maupun secara kelompok. Didalamnya sangat diperlukan beberapa media pendukung bekerja seperti, tempat penyimpanan maupun meja. Pada zona ini tiap individu harus menata, menciptakan dan menyimpan rencana kerja yang akan dikerjakan. Terdapat 4 atribut yang harus dipenuhi dalam zona ini, yaitu: Pertama adanya “*access*” untuk mendapatkan informasi dan fasilitas dalam bekerja seperti Wifi, kertas, pulpen dan lain sebagainya. Kedua, adanya “*things*” untuk memaksimalkan kinerja dari tiap individu, seperti tempat penyimpanan yang memiliki semua barang yang dibutuhkan. Ketiga, adanya “*showcase*” yang membuat tiap individu bisa mempresentasikan hasil kinerjanya dan sebagai tempat untuk berlatih mengasah kreatifitas. Keempat, adanya “*sharing*” yang membuat tiap individu saling berbagi ilmu, aspirasi, emosi untuk membuat sebuah koneksi yang baik dalam bekerja.



Gambar 2.7. Ruang Kerja

Sumber : <http://www.pinthemall.net>, 2015

b. Gathering Spaces

Zona ini adalah zona yang berfokus fasilitas yang diberikan kepada penyedia fasilitas sehingga terjadi interaksi didalamnya. Pada zona ini terdapat 3 zona, yaitu :



1. *Drop in*

Pada zona ini fasilitas yang diberikan permanen dan tidak bisa diubah selain kursi. Contohnya adalah pantry



Gambar 2.8. *Drop In Area*

Sumber : <http://www.officelovin.com>, 2016

2. *Curated*

Zona ini termasuk sebuah fasilitas yang diberikan dengan tatanan yang dapat dirubah sesuai dengan aktivitas pada zona tersebut, namun setelah aktivitas tersebut selesai dikembalikan pada tatanan semula. Contohnya adalah lobby



Gambar 2.9. *Area Lobby*

Sumber : <http://www.wework.com>, 2015

3. *Self Service*

Zona ini dapat sangat fleksibel yang mengikuti kebutuhan tiap individu, berfokus kepada “easy to use”. Fasilitas yang



diberikan dapat dirubah oleh pennguna sesuai dengan kebutuhan aktivitasnya. contohnya adalah studio rekam



Gambar 2.10. Studio rekam

Sumber : <http://www.studiosnapshot.com>, 2012

c. *Threshold/Transitions*

Zona ini seperti pintu masuk dan keluar. Dimana aktivitas individu yang selalu berpindah dari satu ruang ke ruang lainnya. Pada zona ini yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menciptakan *mood* dan *tempo*. Zona ini harus mampu menciptakan *mood* yang baik dengan pemanfaatan warna, dekorasi maupun fasilitas, dan mampu menciptakan *tempo* yang tepat berdasarkan aktivitas dan kebutuhan tiap ruang.



Gambar 2.11. Lorong

Sumber : <http://www.designboom.com>, 2016

d. Support Structure

Zona ini adalah zona yang berfokus bagaimana tiap individu mampu mendapatkan sebuah relaksasi baik itu secara fisik maupun mental. Selain itu tetap memperhatikan bagaimana memanfaatkan fasilitas ini untuk memaksimalkan produktivitas dalam bekerja.



Gambar 2.12. Rest area

Sumber : <http://coworkingchallenge.com>, 2015



2.2.3.2 Properties / Properti

Pada ruang kreatif properti adalah spasial karakter yang dapat digunakan untuk mengubah kebiasaan dan mood. Dalam hal ini sangat mudah untuk dan sangat efektif bahkan perubahan hal kecil menjadi sebuah property dapat mendasari sebuah interaksi dalam bekerja. Terdapat 6 aspek untuk menciptakan kebiasaan dan suasana kerja yang kreatif. Yaitu :

a. *Posture*

Gestur tubuh perlu diperhatikan untuk menciptakan sebuah properti yang dapat memaksimalkan kinerja. Dalam hal ini bukan hanya sebuah ergonomi standar dalam bekerja namun lebih ke kebiasaan postur tubuh dalam beraktivitas. Bahasa tubuh dalam bekerja perlu diperhatikan dikarenakan dalam bekerja secara berkelompok bisa digunakan sebagai sebuah komunikasi. Maka dari itu perlu adanya sebuah furniture yang fleksibel untuk memudahkan bahasa tubuh dalam berkomunikasi.

b. *Orientation*

Orientasi adalah sebuah posisi tiap individu dalam berkomunikasi. Dalam berkomunikasi yang baik orientasi yang tepat adalah secara melingkar dikarenakan tiap individu tidak hanya fokus pada satu subjek dan bisa menyuarakan pendapatnya daripada hanya berfokus pada satu subjek seperti seminar. Namun sebaiknya dua orientasi tersebut dikombinasikan agar mampu menciptakan lingkungan produktif dalam bekerja.



Gambar 2.31. Orientasi diskusi

Sumber : <http://www.design-milk.com>, 2013

c. *Surface*

Permukaan disini adalah sebuah media yang digunakan dalam berdiskusi. Baik itu diskusi atau mempresentasikan rencana kerjanya pada meja diskusi maupun pada dinding.



Gambar 2.14. Media diskusi

Sumber : <http://www.deskmag.com>, 2016



d. *Ambience*

Pada ruang kreatif suasana dapat diperlihatkan dengan pencahayaan, rekstur, suara, bau dan warna. Berfokus kepada emosi tiap individu dimana individu dapat rileks atau dapat bersemangat. Untuk menciptakan suasana yang rileks menggunakan furniture yang empuk, pencahayaan yang temaram dan menggunakan warna-warna gelap. Untuk menciptakan lingkungan yang energic menggunakan material yang tidak biasa, pencahayaan yang terang, warna yang cerah dan pencahayaan alami.

e. *Density*

Karakter *density* adalah bagaimana menciptakan volume dalam ruang yang berhubungan dengan aktivitas pada area tersebut. Volume disini adalah besaran area yang dibutuhkan, area yang besar yang mampu digunakan banyak orang dan area yang kecil agar bisa fokus dalam bekerja maupun diskusi.



Gambar 2.15. Area diskusi

Sumber : <http://www.archilover.com> , 2015

f. *Storage*

Untuk memudahkan kinerja pada ruang kreatif perlu adanya tempat penyimpanan. Tempat penyimpanan yang mudah



digunakan sangat membantu aktivitas. Contohnya adalah penyimpanan yang terbuka daripada penyimpanan yang tertutup, namun penyimpanan yang tertutup diperlukan tergantung aktivitas pada setiap area



Gambar 2.16. Storage Multifungsi
Sumber : Pinterest.com

2.2.3.3 Action / Aksi

Aksi merupakan hal yang berbeda dari “melakukan” dalam melakukan gerakan apapun. Aktivitas tersebut dibedakan menjadi 6 berdasarkan bagaimana cara bekerja mendapatkan ide

a. Saturate

Dalam hal ini berkaitan tiap individu dalam menampilkan sebuah ide maupun informasi dengan menggunakan berbagai media seperti foto, ilustrasi maupun grafik

b. Synthesize

Proses ini melibatkan bagaimana menciptakan sebuah ide dan gagasan yang kompleks. Perpaduan tersebut membutuhkan beberapa tindakan seperti mengambil informasi, menggabungkan dan menata ulang elemen untuk menghasilkan cara baru dalam menghadapi sebuah masalah

c. Focus



Penyempitan pada satu topic atau tugas untuk periode yang berkelanjutan memerlukan individu yang disiplin untuk menghiraukan aktivitas lain. Fokus adalah bagian penting dari bekerja menuju wawasan atau menciptakan sebuah ide.

d. *Flare*

Dalam melakukan hal besar dengan ide yang menghasilkan konsep baru dan besar perlu adanya sebuah titik terang dimana tiap individu memiliki kepercayaan diri untuk terus menciptakan sesuatu yang baru. *Brainstorming* atau *mind mapping* merupakan sebuah cara untuk mendapatkan titik terang tersebut.

e. *Realize*

Dalam proses menciptakan ide tiap individu harus menyadari bahwa semakin banyak orang yang mampu menyainginya. Hal itu bisa digunakan sebagai bahan evaluasi agar mampu terus menciptakan ide yang baru

f. *Reflect*

Peninjauan kembali dari apa yang telah dikerjakan sangat diperlukan. Intenitas dari belajar, dan mengevaluasi berbagai aspek yang telah dikerjakan dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi apa yang sedang dikerjakan.

2.2.3.4 Attitude / Sikap

Dalam menciptakan ruang kreatif yang mampu memberikan kenyamanan bagi penggunaannya yang perlu ditinjau ulang adalah sikap atau kebiasaan orang berada pada ruangan tersebut. Langkah pertama dalam merancang ruang untuk mendukung sikap adalah mendefinisikan sikap tersebut yang mampu memaksimalkan kinerja tiap individu. Dalam hal ini terdapat 6 sikap yang perlu diciptakan dalam ruang kreatif.

a. *Collaborate across boundaries*



Mempertemukan banyak orang pada sebuah area dengan latar belakang yang berbeda. Dalam hal ini tiap individu sangat memerlukan sebuah pandangan baru dalam menciptakan sebuah ide. Kolaborasi dengan banyak orang sangat diperlukan untuk menciptakan ide yang cemerlang.

b. *Show, don't tell*

Merencanakan sebuah area dimana orang tak hanya sekedar berbicara dan bertukar ilmu, namun juga memperlihatkan hasil kinerjanya

c. *Bias towards action*

Merencanakan area dimana tiap individu dapat mempraktikkannya terlebih dahulu daripada terlalu lama berpikir

d. *Focus on human value*

Menciptakan pola pikir bahwa tiap individu harus menciptakan ide yang bermanfaat bagi orang lain bukan hanya untuk kepentingan pribadi. Hal ini bisa diaplikasi dengan menggunakan EGD (*Experiential Grafis Design*) yang digunakan sebagai sebuah fasilitas

e. *Be mindful of process*

Merencanakan sebuah area dimana tiap individu dapat belajar melalui prosesnya bukan dari hasil. Sehingga tiap individu bisa menentukan apa yang ingin dicapai secara maksimal

f. *Prototype toward a solution*

Merencanakan area dimana tiap individu bisa terus bereksperimen dalam kerjanya. Mencoba dari hal kecil sampai dengan hal yang besar

2.3 Tinjauan Urban

2.3.1 Definisi Interior Urban



Interior urban merupakan sebuah desain yang menampilkan kesan simpel dan elegan. Gaya ini biasanya dipilih oleh mereka yang berada di daerah perkotaan dengan tingkat kesibukan yang tinggi dan memiliki luas lahan terbatas.

Gaya hidup modern yang dinamis memengaruhi gaya hidup masyarakat hingga pada pola hidup sehari-hari. Namun, dalam menerapkan unsur modern di kehidupan sehari-hari, harus tetap mengedepankan fungsi, setelah itu baru elemen pembentuk estetika. Begitu juga dalam penataan interior yang dipengaruhi oleh gaya hidup urban.

Desain interior urban menuntut strategi desain yang inovatif. Furnitur cenderung ke arah rendah dan modular, dengan sedikit ornamentasi. Aksesoris mungkin lebih bermanfaat, termasuk cermin, fitur pencahayaan, jendela, bahan furnitur sebagai titik fokus, sebuah lukisan besar di daerah yang terlihat paling menghibur.

Untuk warna, desain urban menggunakan padu-padan warna yang jika dulu warna yang digunakan untuk mengisi perabot rumah tangga pada ruang cenderung monoton dengan warna-warna alami dan aman, lebih menonjolkan tekstur dan memperlihatkan kesan natural, kini metode tersebut sudah mulai berubah. Gaya modis dan urban, memberikan dorongan keberanian dalam mengeksperesikan diri lewat tatanan desain pada pola furnitur, dinding bahkan tema rumah untuk menguatkan kesan tipe rumah urban yang terasa mulai mewabah di era modern saat ini.

Desain konsep warna kontras lembut dan alami ini bisa dihadirkan pada salah satu bidang dinding untuk sekaligus menciptakan aksen dalam ruangan.

Dalam sumber yang lain disebutkan bahwa gaya dekorasi urban style adalah desain yang lebih lembut dan lebih nyaman daripada



‘industrial’ styles yang mana selalu dihubungkan dengan kata ‘urban’. Modern dekorasi ‘urban’ adalah desain interior untuk tinggal di – rumah yang menyambut kami setelah hari yang panjang, memelihara kita dan melindungi kita dari ‘kota besar yang buruk’. Desain interior urban industrial yang terbaik diwujudkan oleh gagasan dari sumber industri yang dikonversi. Dinding bata yang asli, lantai kayu kasar, dan jendela baja besar menciptakan rasa lebih nyaman, sementara lantai yang terbuka dan banyak cahaya alami memberikan ruang-ruang terbuka, membuat perasaan menjadi lapang. Anda dapat mencoba untuk bekerja dengan tekstur dan kontras tonal, kemudian melapisi warna netral yang sama untuk memberikan perasaan tenang di rumah anda. Aksentasi ini akan jarang menjadi efek cahaya terang pada warna tersebut. Anda dapat menampilkan interior dengan konsep yang lebih santai dengan menggunakan aksentasi alam, seperti warna cokelat tua dan oranye, untuk warna utama di dinding. Warna-warna hangat akan membantu anda untuk merasa lebih nyaman.

Desain interior urban industrial yang terbaik diwujudkan oleh gagasan dari sumber industri yang dikonversi. Dinding bata yang asli, lantai kayu kasar, dan jendela baja besar menciptakan rasa lebih nyaman, sementara lantai yang terbuka dan banyak cahaya alami memberikan ruang-ruang terbuka, membuat perasaan menjadi lapang.



Gambar 2.17. Pemanfaatan cahaya
Sumber : <http://www.urbandesign.com>, 2015



Pencahayaan gaya urban juga sangat penting untuk menciptakan suasana yang lebih santai dengan sentuhan tampak alami di pedalaman. Anda dapat mendapat pencahayaan lebih redup di beberapa daerah di mana anda ingin merasa lebih ‘nyaman’, misalnya di kamar tidur, ruang baca, ruang makan, ruang keluarga, dan lainnya.

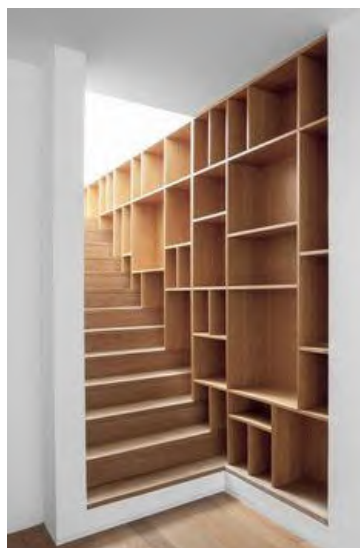
2.3.2 Karakteristik Interior Urban

1. Desain ruangan dan furniture yang multifungsi.

Desain ruangan yang bias digunakan untuk berbagai aktifitas, misalnya ruang tamu sekaligus ruang kerja. Model seperti ini adalah ciri khusus masyarakat urban yang aktif dan dinamis serta tidak lagi terkungkung oleh adat istiadat yang menghambat pekerjaan mereka

2. Material menggunakan bahan industri.

Material yang digunakan membuat perabot atau furniture desain gaya urban cenderung lebih banyak hasil industri modern. Material tidak menggunakan bahan klasik seperti kayu yang sekarang sudah langka seperti kayu jati, kayu kamper dan kayu Kalimantan. Bahkan bahkan yang digunakan berupa bahan kayu olahan yang daya tahannya tidak lama.



Gambar 2.18. Penggunaan material kayu
Sumber: <http://www.homedit.com>, 2014



3. Filosofi tempat kerja sekaligus tempat tinggal.

Orang kota berbeda dengan orang yang tinggal dipedesaan. Banyak dari mereka menggunakan tempat tinggal mereka sebagai tempat kerja. Anda akan banyak menemui bengkel las, took, dan jasa servis produk elektronik yang ada dipinggir jalan juga merupakan tempat tinggal si pemilik usaha. Tidak jauh beda juga bagi kalangan kantoran yang menjadikan rumah mereka sebagai kantor.

4. Solusi ruang sempit yang cerdas.

Keunggulan dari desain gaya urban adalah efektifitas ruang sangat diperhatikan. Ruang sempit bisa menjadi multifungsi. Contohnya: desain rumah pada umumnya ruang makan dengan dapur itu berbeda, desain interior urban tidak demikian. Dapur dengan konsep minibar adalah pengaruh gaya urban didalam tata ruang. Dapur dibuat dengan konsep minibar bisa menjadi solusi mengatasi ruang sempit yang menyatukan antara dapur dan ruang makan. Furnitur yang digunakan juga harus multifungsi atau ramping sehingga ruangan terkesan luas.

5. Kesan ruangan lebih luas dari yang sebenarnya

Desain gaya urban cenderung membuat ruangan tampak lebih luas dengan adanya furniture yang serbaguna. Penggunaan bahan industry memudahkan para desainer dan konstruktor untuk mengaktualisasikan ide-ide mereka.

2.3.3 Studi Psikologi Warna Dalam Interior Urban

Pada abad ke-15, lama sebelum para ilmuwan memperkenalkan warna, Leonardo da Vinci menemukan warna utama yang *fundamental*, yang kadang-kadang disebut warna utama psikologis, yaitu merah, kuning, biru, hitam dan putih. Pengenalan bentuk merupakan proses perkembangan



intelektual sedangkan warna merupakan proses intuisi. Eksperimen menunjukkan bahwa objek yang berwarna hampir selalu menjadi pilihan. Marial L. David dalam bukunya *Visual Design in Dress*, menggolongkan warna menjadi dua, warna *ekternal* dan *internal*. Warna *ekternal* adalah warna yang bersifat fisika dan *faali*, sedangkan warna *internal* adalah warna sebagai persepsi manusia, cara manusia melihat warna kemudian mengolahnya di otak dan cara mengekspresikannya. (Darmaprawira, 2002:30).

1. Pengaruh Warna terhadap Emosi

Warna merah memiliki efek emosional yang tajam dibandingkan dengan warna lainnya. Havelock Ellis pada artikelnya "*Psychology of Red*" dalam "*Popular Science*" mengatakan bahwa pada spectrum warna merah itu timbul paling bawah, tetapi munculnya pada mata kita adalah paling cepat dan kuat.

Para ahli menyimpulkan bahwa warna-warna cerah menunjukkan tendensi emosional yang tinggi. penggunaan warna biru dan hitam yang berulang-ulang mengidikasikan kontrol pribadi dan penahanan emosi. Ada kemungkinan bahwa warna memiliki nilai efektif tertinggi dan memperhatikan ungkapan yang tak tertahankan.

2. Beberapa hasil penelitian menurut Maitland Graves dari bukunya yang berjudul *The Art of Color and Design*.

- Warna panas/ hangat ; keluarga kuning, jingga, merah. sifatnya : positif, agresif, aktif, merangsang.
- Warna dingin/ sejuk : Keluarga hijau, biru, ungu. sifatnya : negatif, mundur, tenang, tersisih, aman.
- Warna yang disukai mempunyai urutan seperti berikut :
 1. Merah



2. Biru
 3. Ungu
 4. Hijau
 5. Jingga
- Hasil penelitian yang dikenakan kepada anak pra remaja dan pasca remaja oleh F.S. Breeds dan SE, Katz :
 - a. warna merah lebih populer untuk wanita dan warna biru lebih populer untuk pria.
 - b. Sebagian peneliti berkesimpulan bahwa wanita lebih sensitive terhadap warna daripada pria. Hal tersebut kemungkinan karena lebih banyak pria yang buta warna dibandingkan dengan wanita.
 - c. Warna murni dan hangat disukai untuk ruangan sempit sementara warna pastel disukai untuk ruangan yang luas.
 - Kombinasi warna-warna yang disukai adalah :
 - a. Warna-warna kontras atau komplemen.
 - b. Warna selaras analog atau nada.
 - c. Warna monokromatik.

2.4 Tinjauan Industri Kreatif

2.4.1 Definisi Industri Kreatif

Industri kreatif adalah kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait penciptaan atau pembuatan satu benda atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Di Eropa industri kreatif lebih dikenal dengan sebutan 'Industri Budaya'.

1. Industri Kreatif Menurut Kementerian Perdagangan

Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.



2. Industri Kreatif Menurut Howkins

Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video. Saat ini industri kreatif berjalan semakin luas dan memiliki pilar-pilar kuat di masing-masing bidang karena memang mengusung kreativitas pelaku bisnis tersebut.

2.4.2 Karakteristik Industri Kreatif

Industri kreatif memiliki beberapa karakteristik, diantaranya:

1. Kreatifitas sebagai asset.
2. Kebebasan adalah prakondisi bagi kemungkinan berkembangnya kreatifitas.
3. Dampak berkembangnya kreatifitas tidak saja dalam bidang ekonomi, tetapi juga social politik budaya.
4. Perubahan gaya hidup memengaruhi perubahan dunia kini.
5. Peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dapat mendorong berkembangnya ekonomi kreatif.
6. Bidang industri kreatif: dunia grafis, fotografi, ilustrasi, seni, desainer grafis, dll.

Charles Landry dalam *The Creative City* (2000) menyebutkan bahwa Inggris adalah pelopor dalam industri kreatif.

Faktor-faktor yang menjadi penggerak ekonomi kreatif (selain faktor yang bersifat personal dan kolektif, dibutuhkan lingkungan yang stimulatif, aman, dan bebas dari gangguan dan kecemasan):

- Faktor konkret: tersedianya institusi pendidikan yang memadai.



- Faktor lain (aspek-aspek yang lebih tak teraba): sistem nilai, gaya hidup, serta bagaimana seseorang mengidentifikasi diri dengan kotanya.

2.4.3 Jenis Industri Kreatif

Berikut adalah 15 Jenis-Jenis Ekonomi Kreatif:

- 1) **Periklanan (*advertising*)**: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan;
- 2) **Arsitektur**: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrik;
- 3) **Pasar Barang Seni**: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film



- 4) **Kerajinan (*craft*)**: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);
- 5) **Desain**: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan;
- 6) **Fesyen (*fashion*)**: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen;
- 7) **Video, Film dan Fotografi**: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan ekshibisi atau festival film;
- 8) **Permainan Interaktif (*game*)**: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;



- 9) **Musik:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;
- 10) **Seni Pertunjukkan (*showbiz*):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
- 11) **Penerbitan dan Percetakan:** kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film;
- 12) **Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*):** kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;
- 13) **Televisi & Radio (*broadcasting*):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan



radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi;

14) Riset dan Pengembangan (R&D): kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen. (Lihat, Prof.Dr.Faisal Afiff, Se.Spec.Lic, *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif*, 2012)

2.5 Sistem Utilitas Bangunan

2.5.1 Studi Sistem Pencahayaan

Untuk mendapatkan pencahayaan yang sesuai dalam suatu ruang, maka diperlukan sistem pencahayaan yang tepat sesuai dengan kebutuhannya. Sistem pencahayaan di ruangan, termasuk di tempat kerja dapat dibedakan menjadi 5 macam yaitu :

a. Sistem Pencahayaan Langsung (*direct lighting*)

Pada sistem ini 90-100% cahaya diarahkan secara langsung ke benda yang perlu diterangi. Sistem ini dinilai paling efektif dalam mengatur pencahayaan, tetapi ada kelemahannya karena dapat menimbulkan bahaya serta kesilauan yang mengganggu, baik karena penyinaran langsung maupun karena pantulan cahaya. Untuk efek yang optimal, disarankan langit-langit, dinding serta benda yang ada di dalam ruangan perlu diberi warna cerah agar tampak menyegarkan.

b. Pencahayaan Sistem Langsung (*semi direct lighting*)



Pada sistem ini 60-90% cahaya diarahkan langsung pada benda yang perlu diterangi, sedangkan sisanya dipantulkan ke langit-langit dan dinding. Dengan sistem ini kelemahan sistem pencahayaan langsung dapat dikurangi. Diketahui bahwa langit-langit dan dinding yang diplesir putih memiliki efisien pemantulan 90%, sedangkan apabila dicat putih efisien pemantulan antara 5-90%.

c. Sistem Pencahayaan Difus (*general diffus lighting*)

Pada sistem ini setengah cahaya 40-60% diarahkan pada benda yang perlu disinari, sedangkan sisanya dipantulkan ke langit-langit dan dinding. Dalam pencahayaan sistem ini termasuk sistem *direct-indirect* yakni memancarkan setengah cahaya ke bawah dan sisanya keatas. Pada sistem ini masalah bayangan dan kesilauan masih ditemui.

d. Sistem Pencahayaan Semi Tidak Langsung (*semi indirect lighting*)

Pada sistem ini 60-90% cahaya diarahkan ke langit-langit dan dinding bagian atas, sedangkan sisanya diarahkan ke bagian bawah. Untuk hasil yang optimal disarankan langit-langit perlu diberikan perhatian serta dirawat dengan baik. Pada sistem ini masalah bayangan praktis tidak ada serta kesilauan dapat dikurangi.

e. Sistem Pencahayaan Tidak Langsung (*indirect lighting*)

Pada sistem ini 90-100% cahaya diarahkan ke langit-langit dan dinding bagian atas kemudian dipantulkan untuk menerangi seluruh ruangan. Agar seluruh langit-langit dapat menjadi sumber cahaya, perlu diberikan perhatian dan pemeliharaan yang baik. Keuntungan sistem ini adalah tidak menimbulkan bayangan dan kesilauan sedangkan kerugiannya mengurangi efisien cahaya total yang jatuh pada permukaan kerja.



2.5.1.1 Aspek Psikologis Pencahayaan

Pencahayaan merupakan elemen yang memegang peranan penting dalam memberikan informasi visual suatu ruangan. Tanpa pencahayaan yang baik, kita tidak dapat melihat atau menikmati kondisi visual di sekitar kita, bahkan jika kondisi visual tersebut merupakan sebuah karya arsitektur atau interior yang sangat indah.

Pencahayaan artifisial tidak hanya mampu menampilkan informasi visual, tetapi juga dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas visual sehingga mampu memenuhi kebutuhan visual bagi orang yang melihatnya. Pencahayaan juga dapat memengaruhi sisi psikologis manusia karena mampu menciptakan respon tertentu melalui kondisi visual yang dihasilkan dan, disisi lain, mampu menunjang berbagai aktivitas yang terjadi pada sebuah ruang. Namun, pemahaman yang kurang mengenai pencahayaan (sumber-sumber cahaya, kualitas, dan kuantitas cahaya) dan perkembangan teknologi pencahayaan sering kali menjadi kendala dalam menghasilkan kualitas visual yang baik.

Cahaya merupakan penghubung psikologis dari suasana untuk membentuk karakter ruang. Beberapa pencahayaan yang dapat membentuk karakter atau suasana ruang

1. Cahaya Terang

Cahaya jenis ini merangsang, memberikan energi dan membuat kita seolah-olah ingin bergerak lagi, itulah sebabnya cahaya yang terang sangat cocok untuk ruang kerja. Namun cahaya yang terang berlebihan dapat membosankan, itulah sebabnya kita harus mempertimbangkan berapa banyak cahaya terang yang akan digunakan. Cahaya terang juga membentuk bayangan yang kuat.



2. Cahaya Redup

Cahaya redup ini memberikan kesan rileks, tenang dan romantis, karena itulah sangat cocok untuk digunakan pada ruang interior untuk relaksasi, seperti kamar tidur, kamar mandi, atau ruang bersantai lain seperti *entertainment room*.

3. Cahaya Terlalu Terang

Jenis cahaya ini dapat menyebabkan kita mengalami lelah fisik dan mental (ingat bahwa ia digunakan di kantor polisi untuk menanyai para penjahat). Cahaya yang terlalu terang dan difokuskan dapat membuat kita merasa menjadi pusat perhatian dan dapat meningkatkan *ego* atau membuat kita merasa sangat tidak nyaman. Jenis pencahayaan ini juga sangat berguna untuk meningkatkan tampilan lukisan, patung, atau sudut ruang lain dengan lampu sorot.

3. Cahaya Terang Sedang

Cahaya ini tidak berpengaruh banyak pada kita, dan kita tetap merasa biasa saja.

5. Cahaya dengan Warna Hangat

Cahaya yang berwarna hangat seperti warna merah, jingga dan kuning akan membawa suasana riang dan “*welcome*”, terutama untuk warna *orange* dan kuning. Warna terang yang hangat sangat cocok untuk lobi, *hall*, dan kadang sangat cocok untuk kamar tidur (dengan cahaya redup) dan kamar lain yang perlu “kehangatan”.

6. Cahaya dengan Warna Dingin

Cahaya biru, hijau dan ungu bisa membawa kesan tenang dari sisi warna, juga membawa kesan “dingin”. Jenis cahaya dengan warna dingin ini kebanyakan kurang cocok digunakan untuk interior rumah tinggal.



2.5.1.2 Jenis Lampu

Berdasarkan jenis-jenisnya lampu dibedakan menjadi beberapa kelompok antara lain:

1. Lampu *Incandescent* (Lampu Pijar)

Lampu *Incandescent* atau yang sering disebut dengan lampu pijar digunakan berdasarkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki, diantaranya :

- a. Untuk penerangan yang membutuhkan pengontrolan cahaya (*dimmer*) dan ON/OFF secara langsung, contoh tempat penggunaannya adalah bisokop, studio, panggung.
- b. Untuk penerangan yang membutuhkan variasi armatur dan warna sehingga memberi suasana lebih menarik dan indah, misalnya di ruang pertemuan / tamu, dekorasi, reklame, pameran.
- c. Untuk penerangan di ruangan seperti kamar, toilet, gudang.

2. Lampu *Fluorescent* (TL)

Lampu *fluorescent* atau lebih dikenal dengan istilah lampu TL, sudah dikembangkan sejak tahun 1980 dan sebagian besar model jenis lampu ini berwarna putih. Penggunaan lampu *fluorescent* didasarkan pada kelebihan-kelebihannya, yaitu warna cahaya yang lebih menarik, *efficacy* yang tinggi dan umur yang panjang. Karena itu lampu fluoresen banyak digunakan untuk penerangan yang memerlukan ketiga aspek tersebut, misalnya toko, kantor, sekolah, industri, rumah sakit, atau bahkan untuk penerangan jalan kecil di perkampungan.

2. Lampu *Light Emitting Diode* (LED)

Bentuknya bulat mendekati tabung, merupakan lampu elektronik terbaru saat ini. Terdapat berbagai warna dengan kelebihan hemat tenaga. LED sekarang digunakan pada lampu yang berhubungan dengan teknologi, mesin, dan peralatan



elektronik karena bentuknya yang kecil ringkas namun daya pancarnya yang terang. LED ditemukan oleh Oleg Vladimirovich Losev tahun 1920, seorang teknisi radio yang membuat sinyal berupa lampu sederhana. Di masa depan LED rencananya akan dikembangkan lagi menjadi sebuah lampu yang tidak memerlukan tenaga listrik namun dari tenaga matahari atau angin sehingga diharapkan menghemat energi dan menjadi lampu yang menyala sepanjang masa

3 Lampu Halogen

Lampu halogen termasuk dalam kelompok lampu pijar, sebab prinsip kerjalampu halogen adalah karena memijarnya filament. Lampu ini dibuat untuk mengatasi masalah ukuran fisik dan struktur yang dihadapi lampu pijar dalam penggunaannya untuk lampu sorot, lampu "*side projector*", dan lampu "*film projector*". Dalam bidang-bidang ini dibutuhkan ukuran bohlam yang sekecil-kecilnya sehingga sistem pengontrolan arah dan pemokusan cahaya dapat dilakukan dengan lebih presisi.

Penggunaan Lampu Halogen

Lampu halogen banyak digunakan di panggung (*Stage Lighting*) ataupun studio untuk lampu sorot. Hal ini didasarkan pada sifat-sifat yang dimiliki oleh lampu halogen yang dimana pengaturan cahayanya (*dimmer*) lebih mudah dilakukan dan ON/OFF dapat secara langsung, disesuaikan dengan kebutuhan sistem penerangan panggung / studio yang diinginkan. Lampu halogen juga digunakan untuk penerangan yang memerlukan fisik lampu yang lebih kecil tetapi dengan fluks cahaya yang tinggi (landasan pacu kapal terbang). Dengan alasan yang sama



lampu halogen juga banyak digunakan sebagai lampu proyektor dalam “overhead projector”, lampu depan mobil.

2.5.2 Sistem Pencegah Kebakaran

Untuk menghindari terjadinya kebakaran pada suatu bangunan diperlukan sistem pencegah kebakaran. Klarifikasi bangunan menurut ketentuan struktur utamanya terhadap api dibagi dalam kelas A, B, C, dan D

1. Kelas A

Struktur utamanya harus tahan terhadap api sekurang-kurangnya 3 jam. Bangunan kelas A ini biasanya bangunan untuk kegiatan umum seperti hotel, pasar raya, perkantoran, rumah sakit, bangunan industri, museum dan *mixed use building*.

2. Kelas B

Struktur utamanya harus tahan api sekurang-kurangnya 2 jam. Bangunan tersebut meliputi perumahan bertingkat, asrama, sekolah dan tempat ibadah.

3. Kelas C

Bangunan dengan ketahanan api dari struktur utamanya selama 1 jam biasanya bangunan yang tidak bertingkat dan sederhana seperti toko, warnet dan sebagainya.

4. Kelas D

Bangunan yang tidak tercakup ke dalam kelas A, B, C dan diatur tersendiri seperti instalasi nuklir dan gudang-gudang senjata/mesin.

Alat-alat dan sistem pencegah kebakaran:

1. Hidran Kebakaran

Hidran kebakaran adalah suatu alat untuk memadamkan kebakaran yang sudah terjadi dengan menggunakan alat



bantu air. Untuk pemasangan hidran terdapat syarat-syarat sebagai berikut :

- Sumber persediaan air hidran kebakaran harus diperhitungkan pemakaiannya selama 30-60 menit dengan daya pancar 200 galon/menit
- Pompa-pompa kebakaran dan peralatan listrik lainnya harus mempunyai aliran listrik tersendiri dari sumber daya listrik darurat.
- Selang kebakaran dengan diameter antara 1,5-2 inch, dengan panjang selang 20-30m.
- Harus disediakan kopling penyambung yang sama dengan kopling dari unit pemadam kebakaran.
- Penempatan hidran harus terlihat jelas, mudah dibuka, mudah dijangkau dan tidak terhalang oleh benda lain.



Gambar 2.19. Hidran dalam gedung
Sumber: <http://www.pt-bsn.co.id>, 2016

2. *Sprinkler Head*

Sprinkler head atau kepala sprinkler adalah bagian dari *sprinkler* yang berada pada ujung jaringan pipa, diletakkan sedemikian rupa sehingga perubahan suhu tertentu akan memecahkan *sprinkler head* tersebut dan



akan memancarkan air secara otomatis. *Sprinkler head* mempunyai beberapa jenis dan dapat dibedakan dengan warna untuk menentukan tingkat kepekaannya terhadap suhu. Contoh warna *sprinkler head* :

- Jinaga, tabung pecah pada suhu 57 derajat Celcius
- Merah, tabung pecah pada suhu 68 derajat Celcius
- Kuning, tabung pecah pada suhu 79 derajat Celcius
- Hijau, tabung pecah pada suhu 93 derajat Celcius
- Biru, tabung pecah pada suhu 141 derajat Celcius

Untuk ruangan-ruangan kantor dan bangunan umum biasanya menggunakan *sprinkler head* warna jinaga atau merah. Penempatan titik-titik sprinkler harus disesuaikan dengan standar yang berlaku dalam kebakaran ringan. Setiap *sprinkler head* dapat mencakup kuas area 10-20 m dengan ketinggian ruangan 3m. pemasangan sprinkler dapat dipasang dibawah plafond atau ditempel ditembok yang mempunyai jarak tidak boleh kurang dari 2,25m dari lantai.



Gambar 2.20. *Sprinkler Head* warna merah
Sumber: <http://www.supplyhouse.com>, 2015



3. Halon

Pada daerah yang penanggulangan pemadam kebakarannya tidak diperbolehkan menggunakan air, seperti pada ruangan yang penuh dengan peralatan-peralatan atau ruangan arsip. Ruangan tersebut harus dilengkapi dengan sistem pemadam kebakaran menggunakan halon. Tabung gas halon diletakkan dan dihubungkan dengan instalasi kearah *sprinkler head*. Kalau terjadi kebakaran *sprinkler head* akan pecah dan secara otomatis gas halon akan mengalir keluar untuk memadamkan kebakaran.



Gambar 2.21. Tabung halon

Sumber: <http://www.h3raciation.com>, 2014

4. Fire Damper

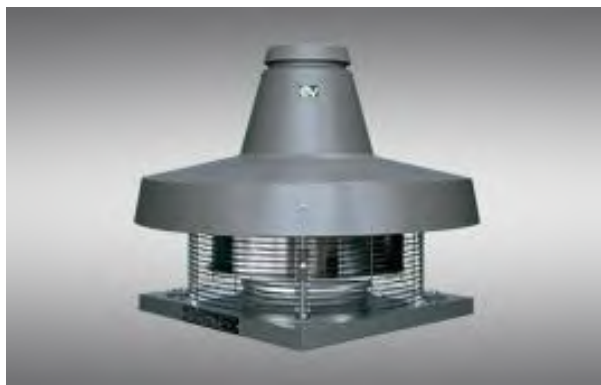
Alat ini untuk menutup pipa *ducting* yang mengalirkan udara supaya asap dan air tidak menjalar kemana-mana. Alat ini bekerja secara otomatis, jika terjadi kebakaran akan segera menutup pipa-pipa tersebut.



Gambar 2.22. *Fire Damper*
Sumber: <http://www.actionair.co.uk>, 2015

5. *Smoke and Heat Ventilating*

Alat ini dipasang pada daerah-daerah yang menghubungkan udara dari luar. Kalau terjadi kebakaran asap yang timbul akan segera dapat mengalir keluar. Sehingga para petugas pemadam kebakaran akan terhindar dari asap-asap tersebut



Gambar 2.23. *Smoke and heat ventilating*
Sumber: <http://www.vertise.com>, 2015



2.5.3 Sistem Penghawaan

2.5.3.1 Jenis Penyegaran Udara

Mesin penyegaran udara terdapat 3 unit alat yang mengubah udara panas menjadi dingin :

- a. *Evaporator*, pipa yang berisi gas *refrigant* yang cair dan dingin seta dihembus oleh udara
- b. *Kompresor*, alat untuk menekan gas *refrigant* untuk menjadikan *refrigant* yang cair dan dingin
- c. *Kondensor*, alat untuk mengendalika *refrigant* cair menjadi gas dengan hasil pengembunan air.

2.5.3.2 AC Central

Mesin penyegaran udara sentral suatu sistem penyegaran udara untuk mendinginkan udara pda ruangan yang besar sehingga unit mesinnya memerlukan ruangan tersendiri. Untuk menyalurkan udara dingin atau udara yang kembali, mesin tersebut menggunakan pipa-pipa *ducting* dan berakhir pada lubang-lubang dilangit yang disebut *diffuser*. Unit-unit pengolah udara ini berkapasitas besar yang disebut pengolah udara (AHU). Unit-unit untuk mesin kompresor dan kondensor diletakkan jauh terpisah yang disebut *chiller* dan dibantu oleh pompa. Mesin penyegaran udara sentral ini banyak digunakan untuk penghawaan udara diruangan yang besar dan luas seperti kantor dan hotel maka perlu dibantu dengan alat menara pendingin (*cooling tower*).



Gambar 2.24. AC Central

Sumber: <http://www.smartekhnik.co.id>, 2013

2.5.4 Sistem Keamanan

Sistem keamanan pada gedung merupakan standarisasi yang harus ditetapkan sebagai fasilitas keamanan dan kenyamanan pemakai gedung. Kebutuhan keamanan bisa dipenuhi dengan menerapkan 4 sistem yang diintegrasikan antara lain sebagai berikut :

1. *Visitor Management System*

Visitor Management System adalah sebuah sistem yang depergunakan untuk melakukan manajemen tamu atau pengunjung, yang biasanya diterapkan pada *high rise building*, perkantoran, instansi umum atau pemerintahan yang fungsi utamanya mengurangi resiko tindakan criminal dan tindakan yang bersifat negative lainnya.

2. *Closed Circuit Television (CCTV)*

CCTV adalah penggunaan kamera video untuk mentranmisikan *signal* video ketempat spesifik, dalam beberapa set monitor. CCTV paling banyak digunakan untuk pengawasan pada area *monitoring* seperti bank, gudang, tempat umum. Sistem CCTv biasanya terdiri dari



komunikasi *fixed (dedicated)* antara kamera dan monitor. Teknologi CCTV modern terdiri dari sistem terkoneksi yang bisa digerakkan, dapat diperasikan jarak jauh lewat ruang control, dan dihubungkan dengan suatu jaringan LAN, *Wireles-Lan* maupun internet.



Gambar 2.25. CCTV

Sumber: <http://www.securitysystem.co.uk>, 2016

2.5.5 Sistem Tata Suara

Sistem tata suara perlu direncanakan untuk memberikan fasilitas bangunan. Tata suara biasanya digunakan untuk bangunan publik untuk memberikan sebuah pengumuman. Berikut macam-macam alat yang digunakan

- *Speaker sound pressure*

Peletakan speaker ini sangat mempengaruhi perencanaan plafon dari ruangan umum atau kantor, oleh karena itu perlu diperhatikan tata letaknya.

- *Microphone dan amplifier*

Alat tersebut diletakkan pada tempat yang aman dan strategis namun mudah dijangkau. Biasanya diletakkan pada area resepsionis yang ditangani oleh operator pengelola alat tersebut.



Gambar 2.26. Sound System

Sumber: <http://www.asianprosound.com>, 2015

2.6 Studi Anthropometri

Istilah *anthropometri* berasal dari kata “*anthropos (man)*” yang berarti manusia dan “*metron (measure)*” yang berarti ukuran (Bridger, 1995). Secara *definitif*, antropometri dapat dinyatakan sebagai suatu studi yang berkaitan dengan pengukuran dimensi tubuh manusia. Antropometri secara luas digunakan untuk pertimbangan ergonomis dalam suatu perancangan (desain) produk maupun sistem kerja yang akan memerlukan interaksi manusia. Aspek-aspek ergonomi dalam suatu proses rancang bangun fasilitas merupakan faktor yang penting dalam menunjang peningkatan pelayanan jasa produksi. Setiap desain produk, baik produk yang sederhana maupun produk yang sangat kompleks, harus berpedoman kepada antropometri pemakainya. Menurut Sanders & Mc Cormick (1987); Pheasant (1988), dan Pulat (1992), antropometri adalah pengukuran dimensi tubuh atau karakteristik fisik tubuh lainnya yang relevan dengan desain tentang sesuatu yang dipakai orang.

Ada 3 filosofi dasar untuk suatu desain yang digunakan oleh ahli-ahli *ergonomic* sebagai data antropometri yang diaplikasikan (Sutalaksana, 1979 dan Sritomo, 1995), yaitu:



1. Perancangan produk bagi individu dengan ukuran yang ekstrim.
Contoh : penetapan ukuran minimal dari lebar dan tinggi dari pintu darurat.
2. Perancangan produk yang bisa dioperasikan diantara rentang ukuran tertentu.
Contoh : perancangan kursi mobil yang letaknya bisa digeser maju atau mundur, dan sudut sandarannya pun bisa dirubahruah.
3. Perancangan produk dengan ukuran rata-rata.
Contoh : desain fasilitas umum seperti toilet umum, kursi tunggu.

Untuk mendapatkan suatu perancangan yang optimum dari suatu ruang dan fasilitas akomodasi, maka hal-hal yang harus diperhatikan adalah faktor-faktor seperti panjang dari suatu dimensi tubuh baik dalam posisi statis maupun dinamis. Hal lain yang perlu diamati adalah seperti berat dan pusat massa (*centre of gravity*) dari suatu segmen/bagian tubuh, bentuk tubuh, jarak untuk pergerakan melingkar (*angular motion*) dari tangan dan kaki.

Selain itu, harus didapatkan pula data-data yang sesuai dengan tubuh manusia. Pengukuran tersebut adalah relatif mudah untuk didapat jika diaplikasikan pada data perseorangan. Akan tetapi semakin banyak jumlah manusia yang diukur dimensi tubuhnya maka akan semakin kelihatan betapa besar variasinya antara satu tubuh dengan tubuh lainnya baik secara keseluruhan tubuh maupun per segmen-nya (Nurmianto, 1996).

Data antropometri yang diperoleh akan diaplikasikan secara luas antara lain dalam hal :

1. Perancangan area kerja (*work station*).
2. Perancangan peralatan kerja (*studio*).
3. Perancangan produk-produk konsumtif (pakaian, kursi, meja).



4. Perancangan lingkungan kerja fisik.

Antropometri adalah pengetahuan yang menyangkut pengukuran tubuh manusia khususnya dimensi tubuh. Antropometri dibagi atas dua bagian, yaitu:

1. **Antropometri statis**, dimana pengukuran dilakukan pada tubuh manusia yang berada dalam posisi diam. Dimensi yang diukur pada antropometri statis diambil secara *linier* (lurus) dan dilakukan pada permukaan tubuh. Agar hasil pengukuran representatif, maka pengukuran harus dilakukan dengan metode tertentu terhadap berbagai individu, dan tubuh harus dalam keadaan diam.

2. **Antropometri dinamis**, dimana dimensi tubuh diukur dalam berbagai posisi tubuh yang sedang bergerak, sehingga lebih kompleks dan lebih sulit diukur. Terdapat tiga kelas pengukuran dinamis, yaitu:

a. Pengukuran tingkat ketrampilan sebagai pendekatan untuk mengerti keadaan mekanis dari suatu aktivitas.

Contoh: dalam mempelajari performa atlet.

b. Pengukuran jangkauan ruangan yang dibutuhkan saat kerja.

Contoh: jangkauan dari gerakan tangan dan kaki efektif saat bekerja yang dilakukan dengan berdiri atau duduk.

c. Pengukuran jangkauan ruangan yang dibutuhkan saat kerja.

Contoh: jangkauan dari gerakan tangan dan kaki efektif saat bekerja yang dilakukan dengan berdiri atau duduk.

Terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi dimensi tubuh manusia, diantaranya :

1. Umur

Ukuran tubuh manusia akan berkembang dari saat lahir sampai kira-kira berumur 20 tahun untuk pria dan 17 tahun untuk



wanita. Kemudian manusia akan berkurang ukuran tubuhnya saat manusia berumur 60 tahun.

2. Jenis Kelamin

Pada umumnya pria memiliki dimensi tubuh yang lebih besar kecuali dada dan pinggul.

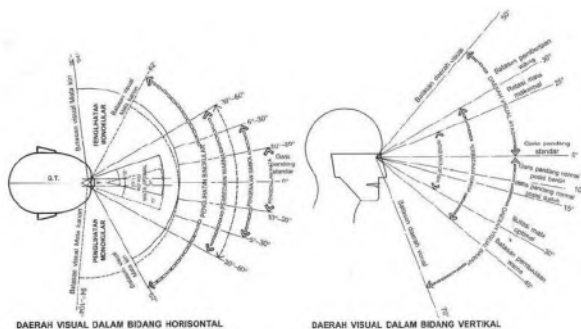
3. Suku Bangsa (etnis)

Variasi dimensi akan terjadi, karena pengaruh etnis.

4. Pekerjaan

Aktivitas kerja sehari-hari juga menyebabkan perbedaan ukuran tubuh manusia.

Data antropometri jelas diperlukan agar suatu rancangan produk bisa sesuai dengan orang yang akan mengoperasikannya. Dalam kaitan ini maka perancang interior harus mampu mengakomodasikan dimensi tubuh yang dapat dipakai oleh sejumlah populasi yang besar. Sekurang-kurangnya 90-95% dari populasi yang menjadi target dalam kelompok pemakai produk harus dapat menggunakan dengan selayaknya. Untuk kepentingan itulah maka data anthropometri diharapkan mengikuti distribusi normal.



Gambar 2.27. Daerah Visual Pandangan Mata

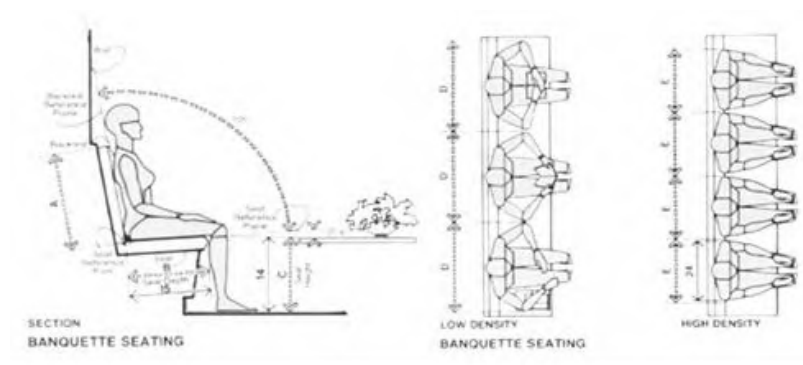
Sumber: *Human dimension and interior space book*, 341, 2014

Dari gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa pandangan yang nyaman kearah obyek adalah pandangan di dalam daerah visual 30° ke arah atas, 30° ke arah bawah, 30° ke arah kanan, 30° ke arah



kiri. Hal tersebut dikarenakan didaerah tersebut mata dapat mengenali warna dan membedakan warna dengan baik. Data anthropometri ini berguna untuk penyesuaian rancangan pada retail objek.

Untuk fasilitas duduk jarak-jarak aman yang digunakan sebagai berikut. Kedalaman dudukan sekitar 40cm, dengan tinggi sekitar 40-43cm. Bagi yang memiliki back rest tinggi yang digunakan sekitar 45-60cm. Lebar dudukan pada bangku panjang bisa berbeda tergantung pada pemakainya dan jarak nyaman yang digunakan. Untuk yang lebih nyaman (privasi) menggunakan lebar sekitar 76cm, sedangkan yang biasa sekitar 61cm.



Gambar 2.28. Ergonomi duduk

Sumber: Human dimension and interior space book, 244, 2014

2.7 Studi Ergonomi

Ergonomi berasal dari bahasa Yunani, “*Ergon*” yang berarti kerja dan “*Nomos*” yang berarti aturan/hukum. Jadi ergonomi secara singkat juga dapat diartikan aturan/hukum dalam bekerja. Secara umum ergonomi didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang kesesuaian pekerjaan, alat kerja dan atau tempat/lingkungan kerja dengan pekerjaanya. Semboyan yang digunakan adalah “Sesuaikan pekerjaan dengan pekerjaanya dan sesuaikan pekerja



dengan pekerjaannya” (*Fitting the Task to the Person and Fitting The Person To The Task*). Kohar Sulistiadi dan Sri Lisa Susanti (2003) menyatakan bahawa fokus ilmu ergonomi adalah manusia itu sendiri dalam arti dengan kaca mata ergonomi, sistem kerja yang terdiri atas mesin, peralatan, lingkungan dan bahan harus disesuaikan dengan sifat, kemampuan dan keterbatasan manusia tetapi bukan manusia yang harus menyesuaikan dengan mesin, alat dan lingkungan dan bahan.

Ilmu ergonomi mempelajari beberapa hal yang meliputi:

1. Persyaratan fisik dan psikologis (mental) pekerja untuk melakukan sebuah pekerjaan: pendidikan, postur badan, pengalaman kerja, umur dan lainnya
2. Bahan-bahan/peralatan kerja yang berisiko menimbulkan kecelakaan kerja: pisau, palu, barang pecah belah, zat kimia dan lainnya.
3. Lingkungan kerja meliputi kebersihan, tata letak, suhu, pencahayaan, sirkulasi udara, desain peralatan dan lainnya.
4. Interaksi antara pekerja dengan peralatan kerja: kenyamanan kerja, kesehatan dan keselamatan kerja, kesesuaian ukuran alat kerja dengan pekerja, standar operasional prosedur dan lainnya.

Sasaran dari ilmu ergonomi adalah meningkatkan prestasi kerja yang tinggi dalam kondisi aman, sehat, nyaman dan tenteram. Aplikasi ilmu ergonomi digunakan untuk perancangan produk, meningkatkan kesehatan dan keselamatan kerja serta meningkatkan produktivitas kerja. Dengan mempelajari tentang ergonomi maka kita dapat mengurangi resiko penyakit, meminimalkan biaya kesehatan, nyaman saat bekerja dan meningkatkan produktivitas dan kinerja serta memperoleh banyak keuntungan. Oleh karena itu penerapan prinsip ergonomi di tempat kerja diharapkan dapat menghasilkan beberapa manfaat sebagai berikut:



1. Mengerti tentang pengaruh dari suatu jenis pekerjaan pada diri pekerja dan kinerja pekerja
2. Memprediksi potensi pengaruh pekerjaan pada tubuh pekerja
3. Mengevaluasi kesesuaian tempat kerja, peralatan kerja dengan pekerja saat bekerja
4. Meningkatkan produktivitas dan upaya untuk menciptakan kesesuaian antara kemampuan pekerja dan persyaratan kerja.
5. Membangun pengetahuan dasar guna mendorong pekerja untuk meningkatkan produktivitas.
6. Mencegah dan mengurangi resiko timbulnya penyakit akibat kerja
7. Meningkatkan faktor keselamatan kerja

Fokus perhatian ergonomi adalah berkaitan erat dengan aspek-aspek manusia di dalam perencanaan *man-made objects* (proses perancangan produk) dan lingkungan kerja. Tujuan pokok ergonomi adalah terciptanya desain sistem manusia-mesin yang terpadu sehingga efektivitas dan efisiensi kerja bisa tercapai secara optimal. Pendekatan ergonomi ditekankan pada penelitian kemampuan keterbatasan manusia, secara fisik maupun mental psikologis dan interaksinya dalam sistem manusia-mesin yang integral. Dengan demikian jelas bahwa pendekatan ergonomi akan mampu menimbulkan *functional effectiveness* dan kenikmatan-kenikmatan pemakaian dari peralatan fasilitas maupun lingkungan kerja yang dirancang.

Menyadari pentingnya penerapan ergonomi bagi semua orang di manapun berada maupun bekerja, serta adanya persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan di era globalisasi ini maka mau tidak mau upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya aspek-aspek ergonomi bagi kemajuan perusahaan menjadi prioritas dan komitmen semua pihak baik pemerintah maupun swasta dari



tingkat pimpinan sampai ke seluruh karyawan dalam manajemen perusahaan. Dengan hal tersebut tingkat kesehatan dan keselamatan kerja akan lebih baik karena sakit akan menurun, biaya pengobatan dan perawatan akan menurun, kerugian akibat kecelakaan akan berkurang, tenaga kerja akan mampu bekerja dengan produktivitas yang lebih tinggi, keuntungan akan meningkat dan pada akhirnya kesejahteraan karyawan maupun pemberi kerja akan meningkat.

2.8 Kajian Eksisting

Ruang kreatif Loop Station yang berada di Yogyakarta ini memiliki animo yang cukup tinggi, dikarenakan tempat dan fasilitas yang diberikan kepada pengguna ruang kreatif ini. Total Luas ruang kreatif ini adalah sekitar 1500m.. namun terdapat beberapa kekurangan pada ruang kreatif ini. Meliputi:

- Kurang maksimalnya sirkulasi pengguna
- Pemanfaatan ruang yang tidak maksimal
- Pemanfaatan furnitur yang monoton



Gambar 2.29. Area Kerja
Sumber: Penulis, 2016

Terdapat berbagai fasilitas yang diberikan seperti *studio workshop*, *gallery* dan perpustakaan. Selain itu Loop Station juga sering mengadakan seminar



mengenai festival film, dan mengundang beberapa *youtubers* untuk memberikan pengalamannya mengenai pembuatan video kreatif. Salah satu kelebihan dari ruang kreatif ini adalah fokus terhadap pembuatan video kreatif.

Loop station sangat cocok untuk para pemuda yang ingin mengenal lebih jauh mengenai pembuatan video kreatif dikarenakan fasilitas-fasilitas yang diberikan. Selain itu ruang kreatif ini mempunyai misi untuk berperan dalam pengembangan industri kreatif dalam subsektor videografi. Namun masih terdapat beberapa kendala seperti minat masyarakat yang masih menyukai menjadi penonton daripada membuat video kreatif.



Gambar 2.30. Area Seminar
Sumber: Penulis, 2016



BAB 3

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Sebuah penelitian dimulai dengan perencanaan yang benar dan mengikuti petunjuk yang telah disusun secara sistematis. Hal ini dimaksud agar penelitian ini mendapat hasil yang sesuai dengan kondisi sebenarnya serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam hal ini dibutuhkan sebuah metodologi penelitian.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, metode penelitian adalah sebuah cara kerja yang sistematis untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan. Selain itu, Tejojuwono Notohadiprawiro mendefinisikan metode penelitian sebagai suatu ilmu tentang kerangka kerja melaksanakan penelitian yang sistematis. Sistematis disini yang berarti penelitian dikerjakan secara kontekstual yang tersusun atas unsur-unsur filsafat, berfikir, nalar, takrif, dan asumsi.

Metode penelitian sangat berhubungan erat dengan prosedur, alat, dan obyek desain yang akan digunakan dalam melaksanakan sebuah penelitian. Dalam merancang sebuah interior ruang kreatif media video ini diperlukan beberapa data yang sebenarnya dan akurat dimana data tersebut nanti akan digunakan sebagai dasar dari beberapa permasalahan yang ada sebelumnya. Data yang digunakan berupa data kuantitatif yakni mengambil data yang dibutuhkan untuk kemudian di analisa dan diolah untuk mencari sebuah kesimpulan akhir berupa permasalahan. Metode yang harus dilakukan sebelum melakukan metode desain adalah metodologi riset, dimana harus melakukan riset pada sebuah obyek yang akan dirancang.

Metode yang digunakan adalah metode analitis, dimana setiap hal dalam perancangan senantiasa dianalisa kembali. Adapun teori dalam kajian analisa yang digunakan oleh penulis antara lain :

1. Metode analisa induktif



Merupakan metode yang digunakan untuk mencari standarisasi yang diperlukan dalam perancangan untuk dianalisa dan didapatkan standar tetap sesuai dengan tema perancangan yang kemudian dipakai dalam aplikasi perancangan desain.

2. Metode analisa dengan menggunakan kajian semiotika

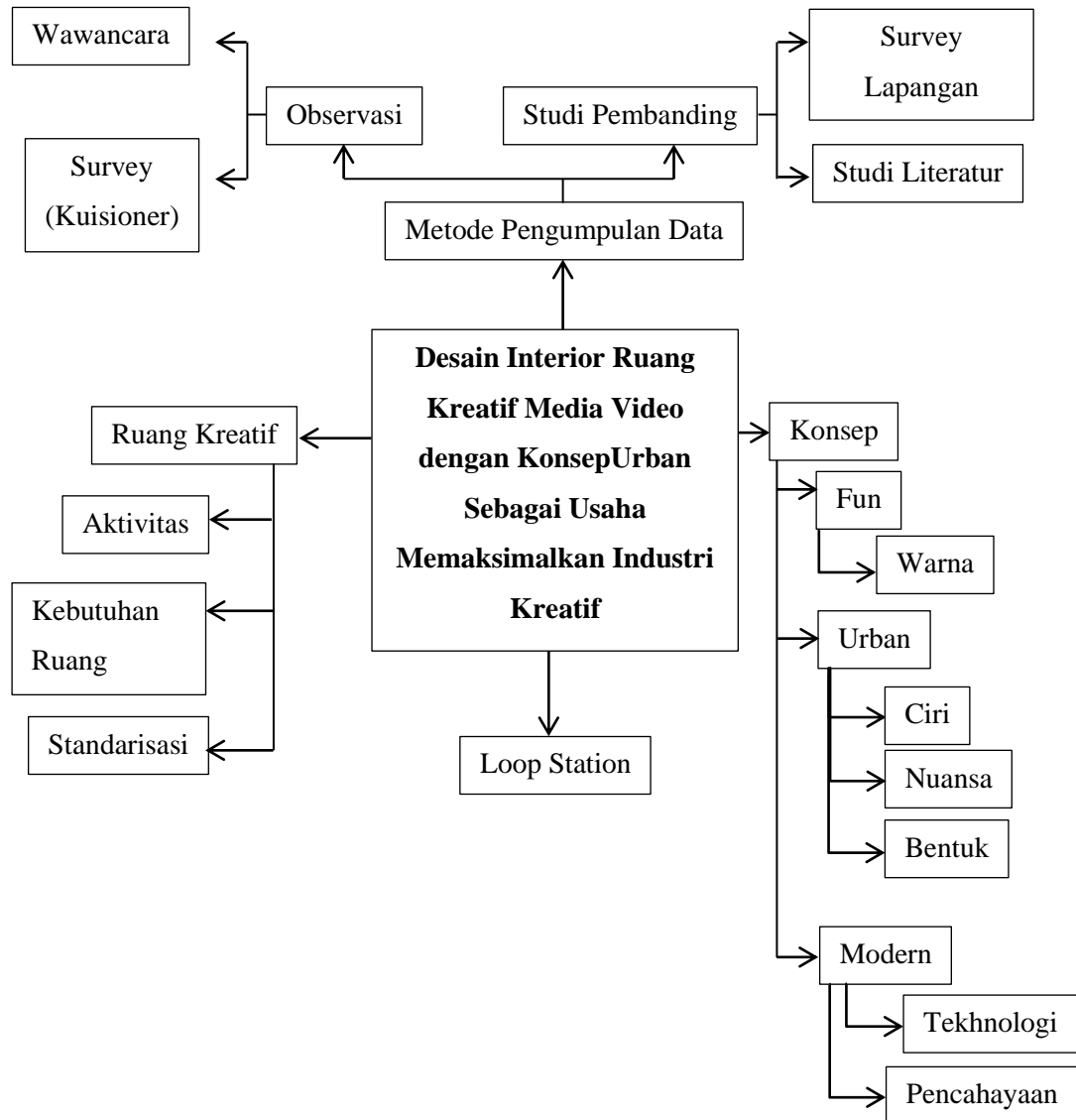
Merupakan metode yang digunakan untuk mencari kaitan antara “tanda” yang ada pada unsur fisik-fisik bangunan dengan “makna” yang terkandung didalamnya.

3. Metode analisa deskriptif

Merupakan metode yang memaparkan dan menguraikan segala bentuk data yang diperoleh untuk dianalisa.

4. Metode analisa komparasi

Merupakan metode yang membandingkan data dengan teori atau menganalisa antara data dengan data yang lainnya, yang kemudian diambil data yang sesuai dengan perancangan.



Gambar 3.1 *Mind Map* metodologi Desain
Sumber: Penulis, 2016

3.2. Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap ini data yang dikumpulkan dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

- **Data Primer**

Data ini diperoleh langsung dari pihak yang bersangkutan melalui observasi dan survey lapangan. Data ini dibutuhkan agar kita dapat mengerti kondisi lingkungan, isu dan permasalahan yang terdapat pada objek yang sedang diteliti.



1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pengelola ruang kreatif Loop Station. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data :

- Fasilitas apa saja yang dibutuhkan
- Harapan pada interiornya
- Latar belakang pemilihan konsep bangunan

2. Survey

Survey dalam bentuk kuisisioner ini dilakukan pada masyarakat umum terkait dengan ruang kreatif dan video kreatif. Tujuan kuisisioner ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mengenai fasilitas dan keinginan dalam interior ruang kreatif dan video kreatif.

- **Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur. Studi literatur merupakan data yang didapatkan dari pihak yang tidak berkaitan langsung dan didapatkan dengan jalan menghimpun data yang ada dan kemudian dianalisa untuk mendapatkan sumber perolehan data. Pencarian data diperoleh dari Jurnal, buku peraturan, laporan penelitian, dan internet. Adapun data yang dicari adalah sebagai berikut:

- a. Tinjauan mengenai Ruang Kreatif
- b. Tinjauan mengenai Video Kreatif
- c. Tinjauan mengenai Industri Kreatif
- d. Tinjauan mengenai Fun
- e. Tinjauan mengenai Urban
- f. Tinjauan mengenai Antropometri dan Ergonomi

Data-data primer yang diperoleh di lapangan akan dibandingkan dengan data sekunder yang diperoleh dari literatur. Data-data tersebut



kemudian dianalisa sehingga akan diperoleh kesimpulan yang menjadi dasar untuk menentukan konsep desain.

3.3. Tahap Analisa Data

Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah dengan cara menggunakan metode induktif, yaitu dengan cara mengumpulkan semua data yang ada kemudian dianalisis berdasarkan literatur dan kemudian diambil kesimpulannya.

Metode deduktif merupakan metode mengolah dan menganalisa data-data yang bersifat umum, kemudian menganalisa kembali data-data tersebut menjadi bersifat lebih khusus yang sesuai dengan judul perancangan.

Metode komparatif merupakan metode menggabungkan data untuk melakukan perbandingan data- data yang ada. Selanjutnya membentuk data-data tersebut sesuai judul desain desain. Metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah sebagai berikut :

- Mengumpulkan data secara keseluruhan.
- Memilah berdasarkan tinjauan dan kepentingan desain.
- Menentukan fasilitas yang akan menjadi obyek desain.
- Membandingkan dan menyesuaikan data terhadap judul desain.
- Menentukan data-data yang sesuai dengan proses desain desain interior.

Setelah data data tersebut dikumpulkan dan dianalisa kemudian menganalisa kebutuhan elemen elemen desain interior yang berhubungan dengan judul perancangan.

- **Analisa Langgam**

Analisa ini mencakup tentang penelitian karakteristik Urban yang berperan sebagai pengendalian suasana dan target konsumen.



- **Analisa Material**

Analisa ini mencakup tentang analisa material yang kerap digunakan dalam Urban. Material yang diperlukan untuk sebuah ruang kreatif

- **Analisa Pencahayaan**

Analisa ini berisi tentang analisa pencahayaan alami dan artifical yang diperlukan dalam menunjang aktivitas dan memenuhi standarisasi showroom dengan tema yang digunakan.

- **Analisa Furnitur**

Analisa tentang bentukan, warna, dan material furnitur yang akan digunakan sesuai dengan tema Urban

- **Analisa Kebutuhan Ruang**

Analisa ini mencakup tentang analisa kebutuhan ruang khususnya area studio dan ruang diskusi yang dapat dimanfaatkan berbagai aktivitas

- **Analisa Sirkulasi**

Analisa ini mencakup sirkulasi yang akan diterapkan dalam interior area studio agar pengguna dapat lebih mengembangkan ide-ide kreatif

- **Analisa Hubungan antar ruang**

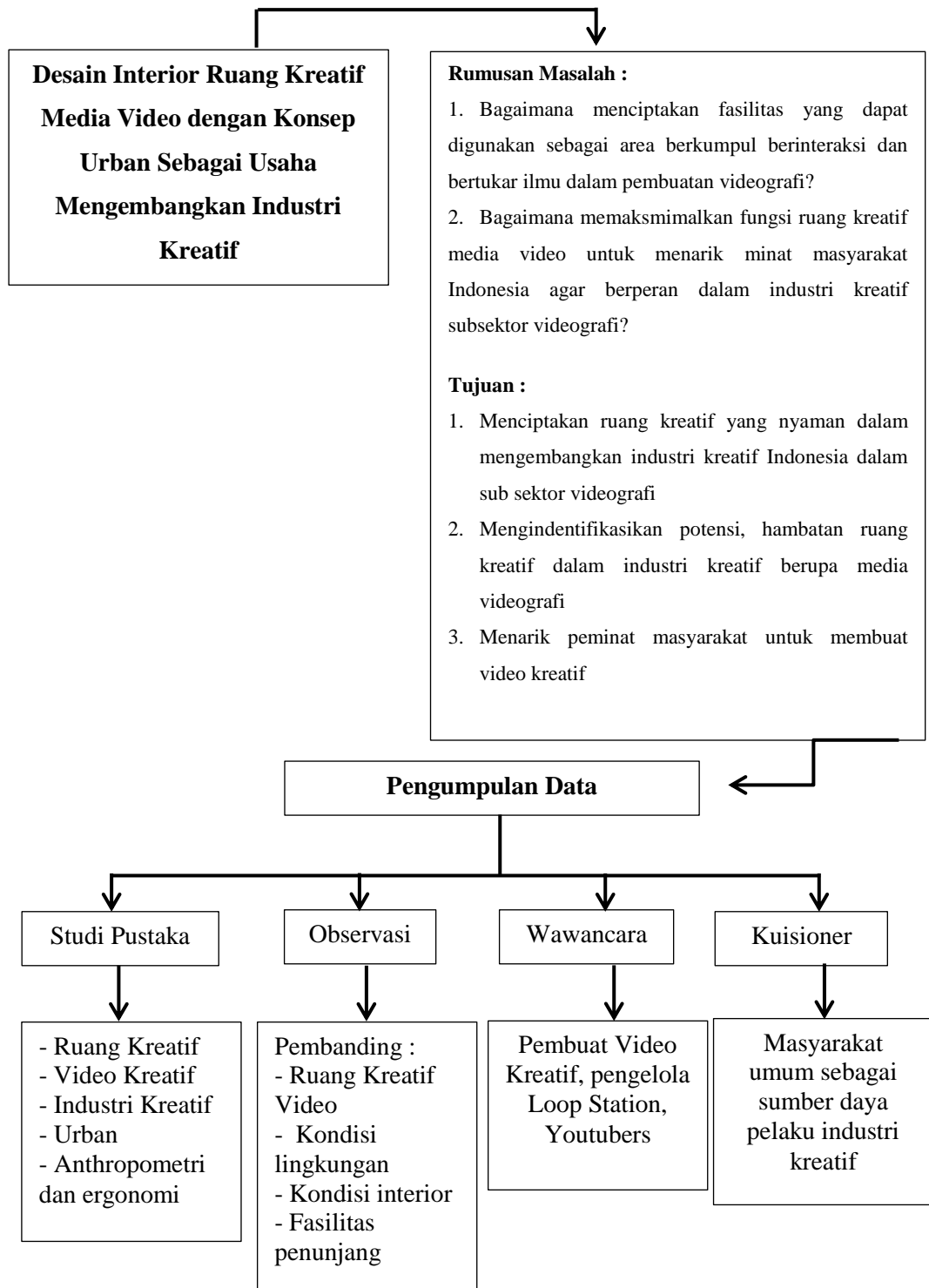
Analisa tentang hubungan dan sifat per ruang

- **Analisa Tekhnis**

Analisa ini mencakup analisa mengenai standarisasi Hanging Space pada showroom yang berperan sebagai konsep untuk dapat menarik pengunjung kalangan masyarakat atas.



3.4. Tahap Proses Desain



Gambar 3.2 Diagram Metode pencarian data
Sumber: Penulis, 2016



BAB 4

ANALISA DATA

4.1. Data

Data-data yang valid dibutuhkan untuk menunjang proses analisa, data tersebut dibagi menjadi dua kategori yaitu data fisik dan data non fisik. Data fisik meliputi data yang didapatkan dari literature, buku dan jurnal. Sedangkan data non fisik yaitu data yang didapat dari survey pada obyek, terdiri dari hasil observasi, kuisioner dan wawancara. Data-data tersebut yang sudah terkumpul nantinya akan dianalisa dan dapat diambil kesimpulan yang akan mengarahkan pada penyusunan konsep rancangan.

Pada perancangan desain interior ruang kreati media video, pengumpulan data non fisik melalui tiga tahapan utama yakni observasi, wawancara dan kuisioner. Sedangkan data-data yang dibutuhkan, variable masalah, serta metode yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tersebut akan dijelaskan melalui table dibawah ini :

Tabel 4.1 : Data yang dibutuhkan dan metode yang dilakukan
Sumber : Penulis

NO	Data yang dibutuhkan (Permasalahan)	Metodologi		
		Observasi (Lapangan)	Wawancara (Pengelola)	Kuisioner (Umum)
1	Daya tarik masyarakat terhadap video kreatif dan ruang kreatif			V Kepada masyarakat umum untuk mengetahui minat pembuatan video kreatif dan ruang kreatif



2	Kebutuhan fasilitas terhadap interior ruang kreatif	V Melakukan observasi melalui studi pembandingan dengan menganalisa	V Kepada pengelola untuk mengetahui fasilitas apa saja yang harus ada	V Kepada masyarakat umum untuk mengetahui apa saja fasilitas yang dibutuhkan di hotel dan restaurant
3	Alur pengunjung		V Kepada pengelola untuk mengetahui bagaimana alur pengunjung agar dapat mengetahui layout yang tepat untuk ruangan	
4	Suasana yang ingin ditimbulkan		V Kepada pengelola untuk mengetahui suasana dan kesan apa yang ingin mereka sampaikan kepada pengunjung	V Kepada masyarakat umum untuk mengetahui suasana dan kesan apa yang ingin mereka rasakan pada ruang kreatif
5	Segmentasi masyarakat terhadap ruang kreatif dengan video kreatif sebagai medianya			V Kepada masyarakat umum untuk mengetahui segmentasi mana yang tertarik menggunakan ruang kreatif media video



6	Latar belakang eksisting dan pengembangannya		<p>V</p> <p>Kepada pengelola untuk mengetahui alasan mereka menggunakan tema urban pada interior ruang kreatif untuk menciptakan suasana kreatif dan dapat mengembangkan industri kreatif subsektor video grafi</p>	
7	Macam-macam aktivitas pada ruang kreatif	<p>V</p> <p>Melakukan observasi melalui studi banding</p>		<p>V</p> <p>Kepada masyarakat umum untuk mengetahui apa saja aktivitas yang mereka butuhkan selama proses pembuatan video kreatif</p>

4.2 Analisa Eksisting

4.2.1 Corporate Image



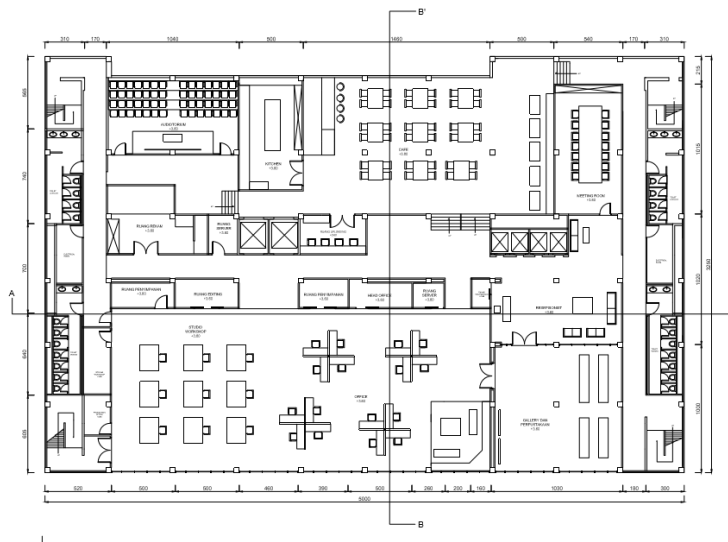
Gambar 4.1 Logo Loop Station

Sumber : <http://www.loopstation.co.id>, 2015



Corporate image Loop Station menganalogikan semangat berkreativitas dari anak muda Indonesia. Penggunaan warna merah yang menggindikasikan berani, berani untuk terus mencoba dan berkreasi, sedangkan warna putih menganalogikan sebagai jiwa muda harus memiliki kelapangan dalam berpikir dan bekerja. Oleh karena itu kesan pertama yang timbul ketika melihat logo ini adalah semangat untuk terus berkarya dengan bentukan “youth” dan warna yang menjadi ciri khas pada logo ini.

4.2.2 Analisa Denah eksisting



Gambar 4.2 Denah Eksisting
Sumber : Penulis, 2015

Batasan wilayah yang akan didesain hanya bangunan massa A lantai 3 saja. Pada denah ini terdapat beberapa kekurangan dalam pemanfaatan fungsi ruang dan perlu dirubah berdasarkan kebutuhan pengguna. Seperti letak perpustakaan yang berada tepat setelah memasuki lobby, sehingga aktivitas membaca menjadi kurang nyaman karena terlalu banyak orang yang lewat dari lobby menuju studio dan area kerja. Selain itu terlalu banyak lorong atau area transisi yang tidak dimanfaatkan dengan baik.



4.2.3 Analisa Fasilitas, dan Aktivitas

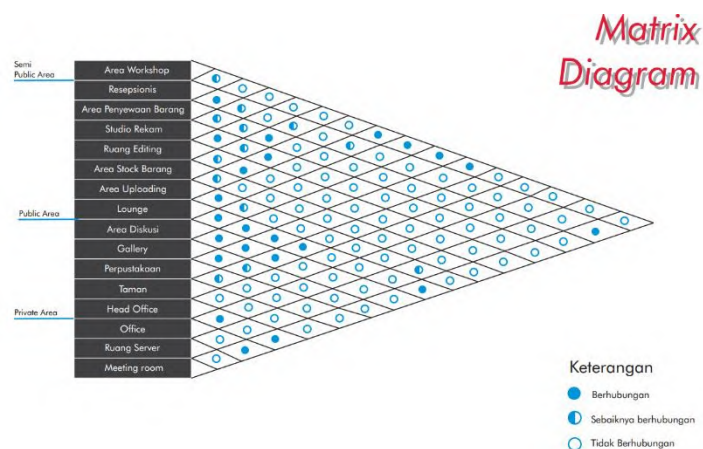
4.2.3.1 Analisa Studi Aktivitas

Tabel 4.2 Studi Aktivitas
Sumber : Penulis, 2016

NO	Aktivitas	Pengguna	Kebutuhan Furniture	Kebutuhan Lain
1	Resepsionis	Pengunjung	Meja, kursi, Rak	Komputer
2	Area Penyewaan barang	Pengunjung dan Karyawan	Meja, kursi, dan lemari	Data barang sewa
3	Studio Rekam	Pengunjung	Green Screen, Lampu, Meja, Kursi	
4	Ruang Editing	Pengunjung	Meja, kursi	komputer
5	Area Stock barang	Pengunjung dan Karyawan	Meja, kursi, dan lemari	Data barang sewa
6	Area uploading	Pengunjung	Meja, kursi	komputer
7	Lounge	Pengunjung dan Karyawan	Sofa, meja, kursi	pantry, tv
8	Area Diskusi	Pengunjung dan Karyawan	Coofe table, Kursi, meja	
9	Studio workshop	Pengunjung, Pengisi seminar	Layar, kursi, meja	
10	Gallery	Pengunjung	Display	poster, monitor
11	Perpustakaan	Pengunjung dan karyawan	Lemari	buku
12	Taman	Pengunjung dan karyawan	area duduk	Tanaman
13	Head Office	Karyawan	Meja, kursi, dan lemari	komputer
14	Ruang server	Karyawan	Meja, kursi	komputer
15	Office	Karyawan	Meja, kursi, dan lemari	komputer
16	Meeting Room	Karyawan	Meja, kursi	Komputer, proyektor
17	Area Workshop	pengunjung dan karyawan	kursi, meja	komputer, proyektor

Analisa studi aktivitas ini berdasarkan hasil wawancara dan kuisisioner yang telah dirangkum untuk dapat memenuhi semua kebutuhan dalam fasilitas ruang kreatif ini. Dengan mengetahui aktivitas yang ada, kebutuhan akan barang ataupun kebutuhan lainnya dapat dipenuhi sehingga fungsi ruang tersebut menjadi maksimal.

4.2.3.2 Analisa Hubungan Ruang

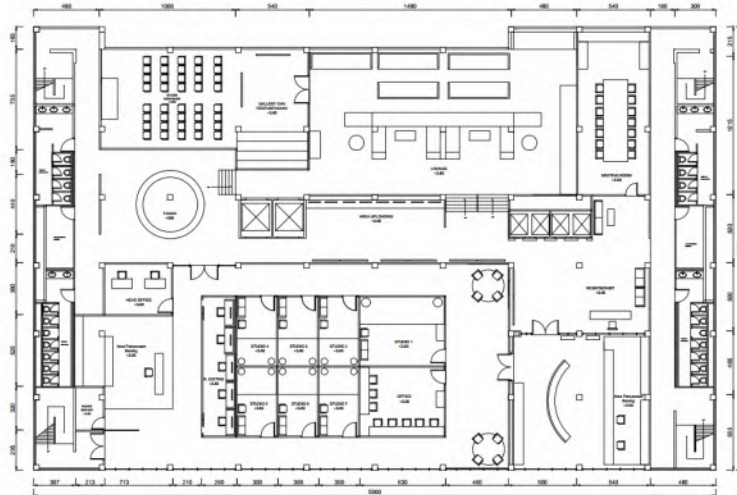


Gambar 4.3 Matrix diagram hubungan ruang
Sumber : Penulis, 2016



4.3 Rencana Layout Ruang

4.3.1 Alternatif Layout 1

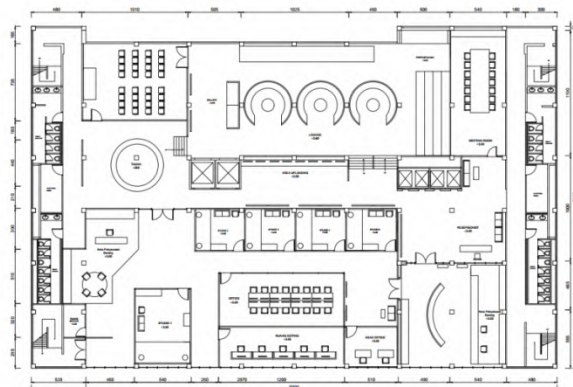


Gambar 4.4 Alternatif Layout 1

Sumber : Penulis, 2016

Pada alternatif layout ketiga, area kerja dan studio menjadi pusat kegiatan. Kelemahan pada alternatif ini adalah adanya lorong yang memanjang. Sirkulasi radial yang diterapkan membuat pengguna lebih leluasa. Penambahan area diskusi kurang maksimal karena sirkulasi dan fasilitas yang diberikan masih belum mencukupi kebutuhan. *Gallery* dan perpustakaan menjadi satu area dengan *workshop area*, agar pengunjung yang menginginkan kenyamanan dalam membaca tidak terganggu.

4.3.2 Alternatif Layout 2



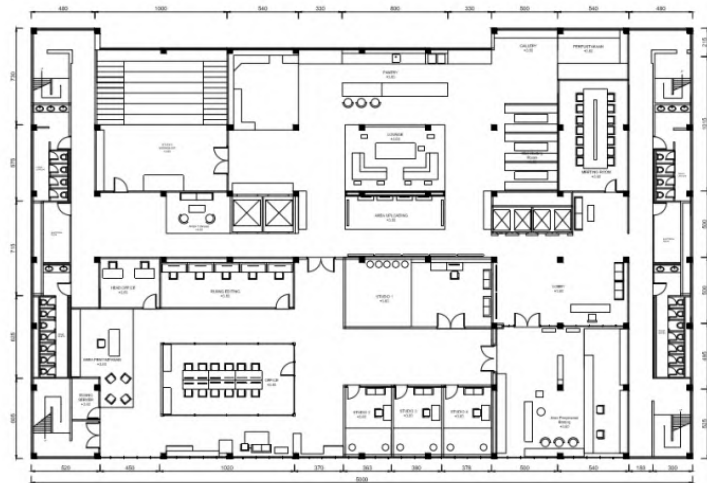
Gambar 4.5 Alternatif Layout 2

Sumber : Penulis, 2016



Pada alternatif layout kedua, pemanfaatan studio rekam makro dimaksimalkan, namun *editing room* sulit untuk diakses karena terlalu banyaknya lorong pada area kerja. Sedangkan pada area santai pemanfaatan furnitur yang melingkar untuk mempermudah aktivitas pada area santai ini yaitu berdiskusi mengenai pembuatan video

4.3.3 Alternatif Layout 3



Gambar 4.6 Alternatif Layout 3

Sumber : Penulis, 2016

Pada alternatif ketiga, pemanfaatan sirkulasi dibuat secara maksimal. Berdasarkan analisa data yang ditinjau ulang, studio rekam makro harus mempunyai luasan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan. Area kerja menggunakan sirkulasi radial untuk memperluas sirkulasi dan memberikan kesan luas. Pada area santai terdapat penambahan fasilitas seperti *rest area*, *Gallery* dan perpustakaan dipisah dengan area lain untuk memberikan kenyamanan.



4.3.4 Weighted Method

Tabel 4.3 Weight Method
Sumber : Penulis, 2016

Objective	w	Parameter	Alternatif 1			Alternatif 2			Alternatif 3		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Sirkulasi	0.3	Penataan Layout Ruang	Good	6	1.8	Good	5	1.5	Very Good	9	2.7
Urban	0.5	Pemanfaatan material dan suasana	Very Good	9	4.5	Very Good	9	4.5	Very Good	9	4.5
Modern	0.2	Bentuk Furnitur dan fasilitas	Very Good	8	1.6	Very Good	9	1.8	Good	6	1.2
Overall Value			7.9			7.8			8.4		

Setelah dianalisa menggunakan parameter seperti terlihat diatas, dapat disimpulkan bahwa alternatif layout yang paling baik adalah alternatif *layout 3*

4.4 Analisa Pemandangan

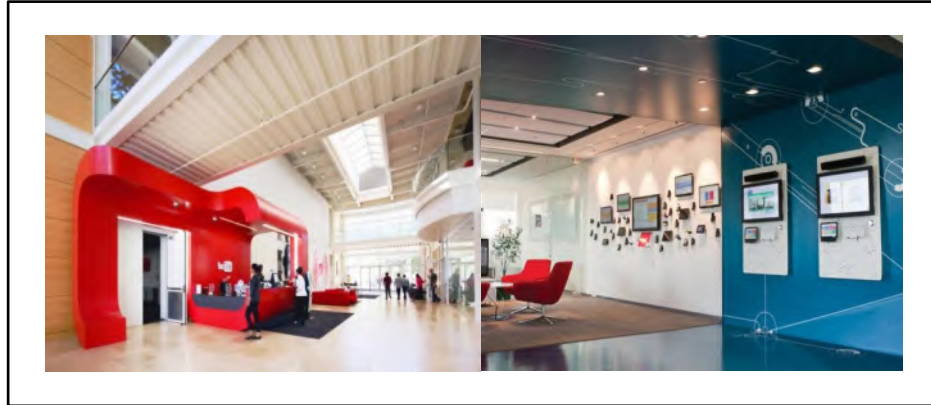
4.4.1 Pemandangan 1 – Creative Space Youtube, California

Ruang kreatif Youtube merupakan ruang kreatif yang desain interior menggunakan konsep urban dan terletak di California sebagai pusat kantor Youtube. Fasilitas yang tersedia adalah ruang multimedia, *gathering space*, studio rekam makro yang sangat luas, selain itu pada area kerja ruang kreatif ini terdapat seluncuran agar pengguna tidak kerepotan untuk turun dari lantai atas.

Sejak awal mulai berdiri, ruang kreatif Youtube ini memiliki konsep urban dengan sentuhan modern. Oleh karena itu walaupun



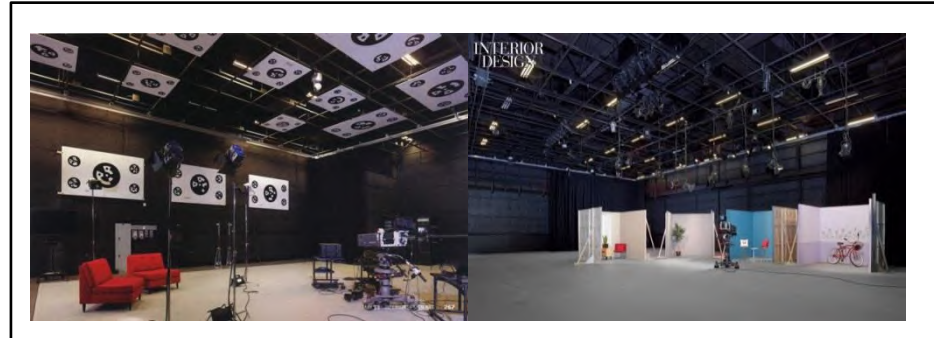
memiliki suasana urban dengan pemilihan materialnya, bentukan dan penggunaan teknologi modern digunakan untuk menunjang aktivitas kerja pada ruang kreatif ini..



Gambar 4.7 Lobby dan area tunggu Ruang Kreatif Youtube
Sumber : <http://www.coworkingdesign.com> 2015

Interior pada ruang kreatif ini menggunakan konsep urban dengan memanfaatkan bentukan yang sederhana. Suasana urban dapat terasa pada area *gathering space*, penggunaan baja pada langit-langit dan pemilihan material pada lantai. pada area lobby memperlihatkan pemanfaatan teknologi untuk memberikan informasi mengenai video-video yang sudah memiliki banyak *view* dari youtubers terkenal seperti, Pewdiepie dan Markiplier yang memiliki *subscribers* diatas 32 juta pada *channelnya*. Pemilihan warna netral yang dominan dipadukan dengan beberapa sentuhan warna yang berbeda membuat area lobby menjadi terkesan lapang.

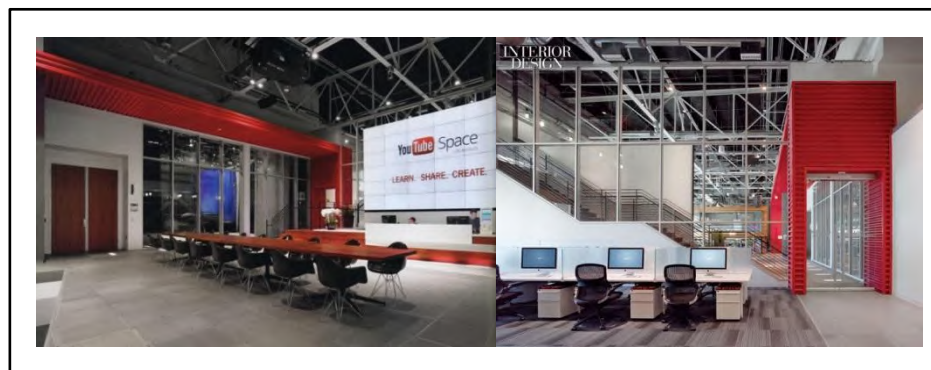
Sedangkan pada studio rekam makro maupun mikro dengan menggunakan konsep *self service* dimana pengguna dapat melakukan apapun didalam studio seperti merubah tatanan dan mengatur lampu yang akan digunakan. Alat yang disediakan juga sangat beragam, seperti *lighting*, *white screen* dan kamera yang memiliki kualitas diatas rata-rata. Pemanfaatan ceiling baja dengan material lain sangat cocok pada studio rekam ini.



Gambar 4.8 Studio rekam makro dan mikro
Sumber : <http://www.coworkingdesign.com>, 2015

Pada area kerja penggunaan warna netral dipadukan dengan warna merah Youtube menjadi daya tarik sendiri. Material yang digunakan banyak menggunakan material industri seperti besi dan baja. Pada area rapat, ruang kreatif ini disediakan layar LED yang besar yang digunakan sebagai media presentasi. Pemanfaatan teknologi diberikan kepada ruang kreatif ini untuk dapat memaksimalkan hasil kerja.

Kesimpulannya adalah material dan pemanfaatan teknologi dapat memberikan suasana kreatif dan nyaman untuk melakukan aktivitas pada ruang kreatif. Dekorasi yang digunakan mendukung konsep yang dibawa, elemen-elemen interior menjadi *point of interest* yang membuat ruang kreatif ini terasa berbeda dengan ruang kreatif lainnya.



Gambar 4.9 Ruang rapat dan area kerja
Sumber : <http://www.coworkingdesign.com>, 2015



4.4.2 Pembanding 2 – Google Campus, London

Google Campus adalah ruang kreatif dan *event space* yang berada di pusat kota London atau yang biasa dikenal Silicon Roundabout. Dikelola dan dijalankan oleh Google UK yang bertujuan menjadi *startup* kreatif di kota London. Bekerjasama dengan mitra Seedcamp, Tek Hub, Springboard dan Central Work, fungsi utama dari ruang kreatif ini yaitu memberikan ruang kepada para pemuda yang ingin melakukan *startup* dan mendukung kegiatan kreatif dengan menawarkan fasilitas dengan teknologi terbaru, memberikan sebuah koneksi kerja kreatif serta menjalankan program *mentoring* langsung dari staff Google yang akan memberikan pengalaman dan keahlian dalam pembuatan video kreatif kepada masyarakat.



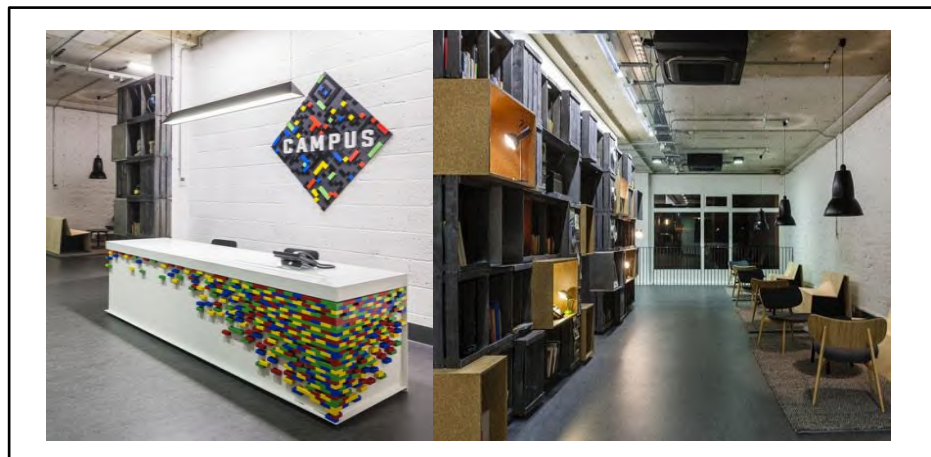
Gambar 4.10 Google Campus

Sumber : <http://www.dezeemaqz.com>, 2015

Berbeda dengan ruang kreatif Youtube yang memberikan sentuhan modern yang kuat, Google Campus ini membawa konsep Urban industrial kedalam desain interiornya. Konsep urban sangat terasa

dikarenakan pemanfaatan barang yang tidak biasanya digunakan diaplikasikan untuk membentuk elemen-elemen interior. Desain ruang kreatif berfokus kepada menciptakan interaksi yang dinamis, terbuka, dan fleksibilitas dalam bekerja

Pada area resepsionis dapat dilihat pemanfaatan mainan Lego digunakan sebagai elemen dekorasi pada meja resepsionis yang dapat memberikan kesan tersendiri ketika masuk pada ruang kreatif ini. Selain itu pemanfaatan pallet kayu yang disusun rapi digunakan menjadi elemen interior. Dinding tersebut dapat digunakan sebagai rak untuk buku-buku, majalah atau untuk menampilkan objek yang menceritakan kisah bangunan dan penghuninya



Gambar 4.11 Area lobby dan ruang tunggu
Sumber : <http://www.dezeenmagz.com>, 2015

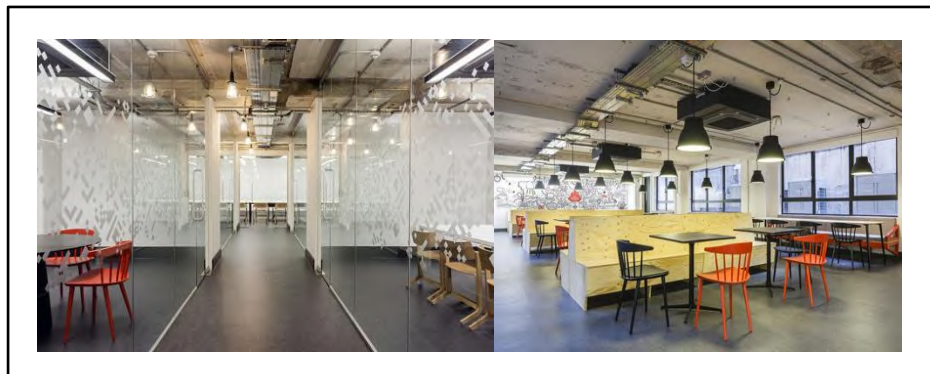
Pada area kerja yang berada dilantai lima bangunan. Dengan menggabungkan container bekas sebagai unit multifungsi sebagai elemen pemisah sirkulasi dari ruang kantor utama dan fasilitas yang diberikan seperti area berkumpul, loker pribadi, ruang rekam dan *lounge*. Pada area lounge dilengkapi dengan tempat duduk yang nyaman menghadap ke *pantry*. Panel besar dibungkus dengan kain abu-abu netral sepanjang dinding untuk meberikan efek akustik pada permukaan dindingnya.



Gambar 4.12 Area Kerja dan *gathering space* view 1

Sumber : <http://www.dezeenmagz.com>, 2015

Kesimpulannya adalah pada penggunaan material. Bukan hanya material industry yang bias menghadirkan suasana urban melainkan barang-barang sederhana juga mampu memberikan kesan tersendiri untuk mendukung elemen interior pada ruang kreatif ini. Dan bagaimana menciptakan sirkulasi yang nyaman kepada pengguna dengan menerapkan fleksibilitas dan multifungsi pada elemen interior ruang kreatif sehingga hasil kerja dapat maksimal.



Gambar 4.13 Area Kerja dan *gathering space* view 2

Sumber : <http://www.dezeenmagz.com> 2015



4.5 Kuisisioner

Kuisisioner disebar secara *online* melalui sosial media dan secara langsung. Total responden yang didapat sebanyak 82 orang. Sample sebanyak 82 orang ini adalah masyarakat umum yang terdiri dari laki-laki dan perempuan yang dirasa sudah memenuhi kebutuhan secara finansial untuk menjawab pertanyaan.

Kuisisioner berisi pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat terhadap media video dan ruang kreatif.

4.5.1 Pertanyaan Kuisisioner

A. Demografi

1. Usia :
2. Pekerjaan :

B. Pertanyaan

1. Apa yang anda ketahui mengenai video?
2. Apakah anda pernah membuat video?
3. Jika anda pernah membuat video, kendala apa saja yang anda alami?
4. Alasan anda membuat video tersebut?
5. Hal apa saja yang anda inginkan setelah video tersebut dibuat?
6. Apa yang anda ketahui mengenai ruang kreatif?
7. Sarana dan fasilitas apa saja yang anda butuhkan pada ruang kreatif untuk membuat video kreatif anda?
8. Apa yang anda ketahui mengenai interior urban?



9. Menurut gambar diatas, konsep desain urban mana yang cocok digunakan pada ruang kreatif?

10. setelah anda membuat video kreatif apakah anda ingin berperan aktif mengembangkan industry kreatif Indonesia subsektor videografi?

4.6 Analisa Hasil Kuisioner

Tabel 4.4 Data hasil analisa kuisioner

Sumber : Penulis

NO	Pertanyaan	Jawaban	Gagasan Ide Rancangan
1.	Demografi responden	Mayoritas responden berusia diatas 20 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, <i>freelancer</i> dan pengusaha	Memberikan rancangan yang mengidentifikasikan pengunjung seperti konsep urban. Dengan suasana yang ceria, fun, dan fleksibel yang sesuai dengan target pengunjung.
2	Pendapat masyarakat mengenai video	Video merupakan media paling menarik yang dapat memberikan informasi maupun menyampaikan informasi serta sebagai media refrensi	Menciptakan ruang yang mampu memberikan informasi dengan media video sebagai <i>point of interest</i> pada ruang tersebut
3	Minat masyarakat untuk membuat video	Mayoritas berminat membuat video dan sudah membuat video.	Menciptakan mood yang nyaman selama proses pembuatan video
4	Kendala dalam proses pembuatan video	Keterbatasan alat untuk merekam dan susahnya menentukan konten yang akan digunakan didalam video	Memberikan fasilitas penyewaaan alat rekam dan fasilitas <i>gathering space</i> dan <i>workshop area</i> agar para pembuat video kreatif bisa berkumpul dan berbagi pengalaman
5	Alasan pembuatan video kreatif	Tugas atau pekerjaan menjadi alasan utama masyarakat dalam membuat video. <i>Passion</i> membuat video belum menjadi tren di kalangan masyarakat	Menciptakan ruang yang produktif dalam pembuatan video, sehingga minat masyarakat akan pembuatan video meningkat dan menjadi trend
6	Reaksi masyarakat mengenai videonya	Minimnya apresiasi masyarakat yang telah	Memberikan ruang atau wadah sebagai bentuk



		membuat video	apresiasi yang diberikan kepada pembuat video
7	Pendapat masyarakat mengenai ruang kreatif	Sebuah ruang dimana bisa mendapatkan fasilitas yang mendukung dalam menciptakan ide kreatif	Merealisasikan ruang kreatif dapat memberikan fasilitas berdasarkan kebutuhan
8	Fasilitas yang dibutuhkan pada ruang kreatif dalam proses pembuatan video	Fasilitas seperti <i>editing room</i> dan <i>gathering space</i> menjadi urutan atas. Serta studio rekam maupun <i>workshop area</i> dibutuhkan dalam pembuatan video kreatif	Menciptakan alur dan sirkulasi yang nyaman berdasarkan fasilitas yang dibutuhkan sehingga selama proses pembuatan video, pengguna merasa nyaman.
9	Pendapat masyarakat mengenai interior urban	Interior urban mengutamakan fleksibilitas, praktis dan dinamis yang mendukung aktivitas didalamnya	Menciptakan furnitur, elemen interior dan pencahayaan yang dapat memaksimalkan aktivitas didalam ruang kreatif.
10	Contoh interior urban yang paling diminati	Interior urban yang dipilih menggunakan furnitur yang dinamis dimana interaksi antar pengguna dapat dimaksimalkan	Merealisasikan konsep urban yang dinamis dimana bentukan furnitur yang mampu mendukung interaksi pengguna
11	Minat masyarakat mengenai industri kreatif subsektor videografi	Masyarakat tertarik untuk mengembangkan industri kreatif Indonesia subsektor videografi	Menciptakan ruang kreatif yang nyaman dan produktif dalam pembuatan videografi sehingga semakin banyak yang membuat video

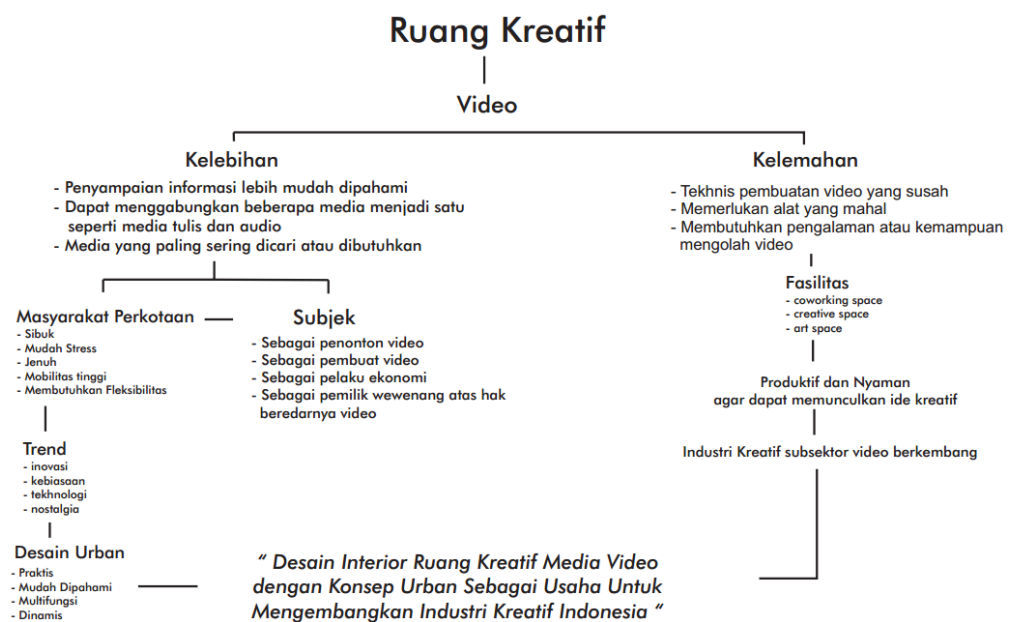


BAB 5

KONSEP DESAIN

5.1 Objek Desain

Objek desain yang diambil merupakan ruang kreatif yang khusus menyediakan fasilitas pembuatn video kreatif yang berlokasi di jalan Trikora no.2 Yogyakarta. Pada fasilitas ruang kreatif ini selain memperhatikan desain interior yang mendukung suasana produktif dalam proses pembuatan video juga terdapat standar-standar yang harus dipenuhi demi mencapai ruang kreatif yang nyaman dalam bekerja.



Gambar 5.1. Latar belakang konsep

Sumber : Penulis, 2016

Fasilitas yang dibutuhkan untuk ruang kreatif ini sesuai dengan kebutuhan berdasarkan analisa aktivitas pengunjung dan pengguna. Sarana yang dibutuhkan meliputi *gathering space*, *studio workshop*, *rest*



area, uploading area, editing room dan studio rekam baik mikro maupun makro. Selain itu ruang kreatif ini yang berada di pusat kota Yogyakarta menggunakan konsep urban yang sesuai dengan masyarakat urban. Sehingga desain yang dihasilkan harus dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi ruang kreatif ini.

5.2 Konsep Desain

Konsep desain merupakan hasil antara pertanyaan, tujuan, dan hasil analisa. Setelah melakukan tahapan-tahapan tersebut maka muncul ide rancangan yang disimpulkan menjadi konsep desain yang berupa gambaran aktivitas dan *style* di objek yang akan dirancang, yakni ruang kreatif Loop Station.

Berikut adalah rangkuman konsep desain yang akan dikembangkan sesuai dengan hasil kuisioner :

Tabel 5.1. Ide konsep desain
Sumber : Penulis, 2016

No	Variabel	Hasil Analisa	Ide Konsep Desain
1	Tujuan kunjungan	Masyarakat membutuhkan ruang yang membantu proses pembuatan video	Menciptakan desain interior yang nyaman dan produktif dalam proses pembuatan video dan menjadi sarana <i>sharing</i> ilmu dan pengalaman mengenai video
2	Suasana interior	Keinginan pada interior ruang kreatif yang nyaman dalam proses pembuatan video	Menciptakan desain interior ruang kreatif dengan konsep urban yang dikemas dengan konsep <i>fun and youth</i>
3	Fasilitas ruang kreatif	Fasilitas pendukung aktivitas di ruang kreatif seperti <i>gathering space, uploading area, studio workshop, dan editing room</i>	Konsep interior yang sesuai dengan fungsi area maupun ruangan masing-masing sehingga aktivitas pada ruangan/area akan berjalan dengan maksimal
4	Aktivitas pengunjung	Aktivitas yang diperlukan yaitu interaksi antar pengunjung	Menyediakan area dimana banyak tempat duduk dengan ukuran furniture dan material yang nyaman untuk berinteraksi
5	Daya tarik	Sesuai dengan fungsi ruang.	Memaksimalkan fasilitas yang

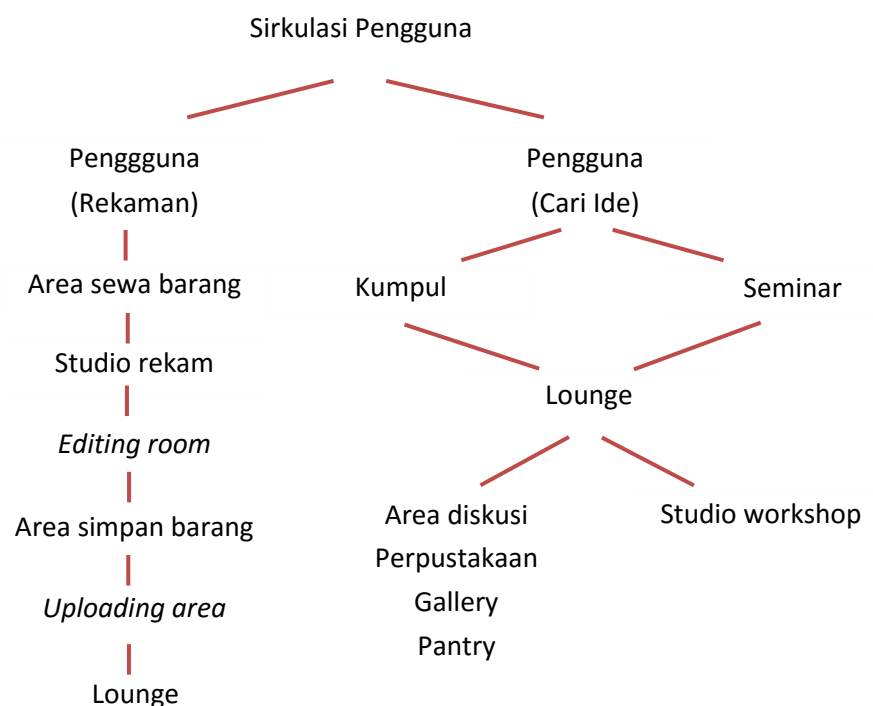


		Daya tarik pada area kerja adalah fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, sedangkan daya tarik area santai adalah suasana yang nyaman dalam berinteraksi antar pengunjung	ditawarkan dan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan pengunjung dan pengelola
6	Kebutuhan fasilitas bagi pengunjung	Kebutuhan yang sangat diinginkan adalah <i>gathering space, rest area, gallery</i> dan perpustakaan	Menyediakan fasilitas yang diinginkan oleh pengunjung berdasarkan fungsi dan kebutuhan

5.2.1 Konsep Analisa Aktivitas

Analisa aktivitas dilakukan pada pengunjung dan pengguna. Analisa ini nantinya akan menjadi acuan dalam menentukan kebutuhan ruang dan penataan layout ruang. Berikut adalah analisa aktivitas penggunaan dan pengelola yang disesuaikan dengan fasilitas yang dibutuhkan :

a. Analisa aktivitas pengguna

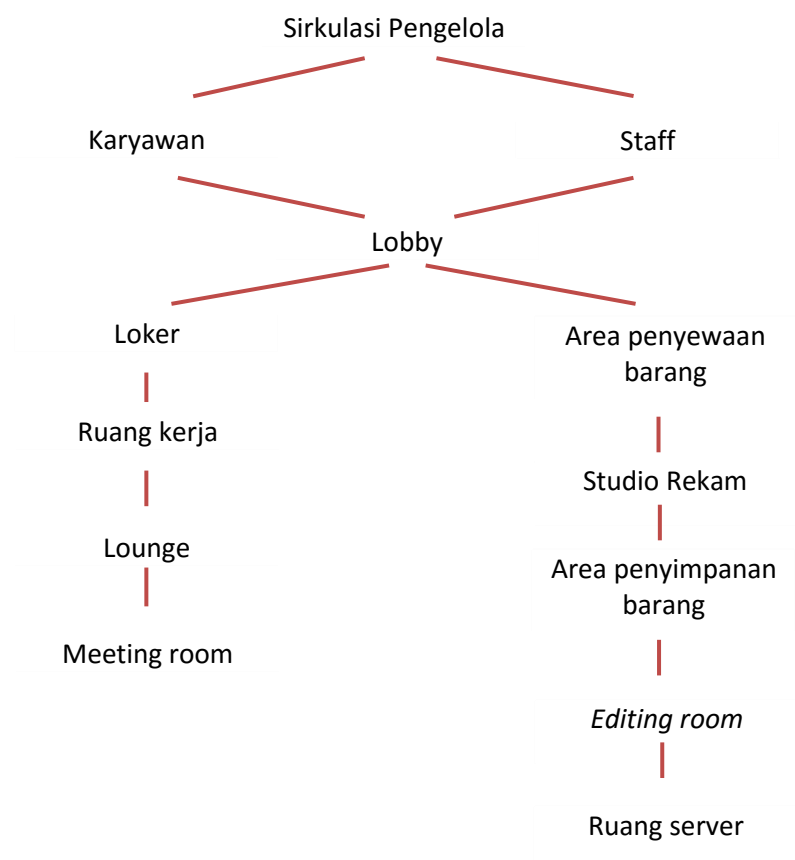


Gambar 5.2. konsep sirkulasi pengguna
Sumber : Penulis, 2016



Berdasarkan aktivitas pengguna dibagi menjadi dua yaitu pengguna yang ingin merekam video dan pengguna yang ingin mencari ide sebelum membuat video. Bagi pengguna yang ingin merekam videonya diberikan fasilitas yang memudahkan pengguna dalam proses pembuatan video dari penyewaan alat rekam sampai dengan mengunggah videonya. Sedangkan bagi pengguna yang ingin mencari ide dibagi menjadi dua, yaitu pengguna yang ingin berkumpul dengan pengguna lain di area *lounge* dan pengguna yang ingin mengikuti seminar mengenai proses pembuatan video.

b. Analisa aktivitas pengelola



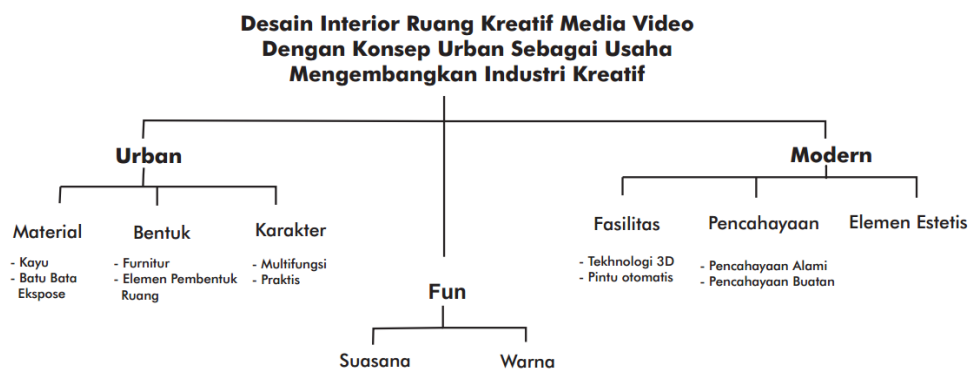
Gambar 5.3. konsep sirkulasi pengelola
Sumber : Penulis, 2016



Berdasarkan aktivitas pengelola dibagi menjadi dua yaitu karyawan dan staff dan dari dua pengelola ini aktivitasnya sama-sama dimulai dari lobby. Bagi karyawan fasilitas yang diberikan fokus pada area kerja sehingga kinerja karyawan bisa maksimal, selain itu karyawan bisa menggunakan fasilitas *lounge* untuk bekerja dan berkumpul dengan pengguna. Sedangkan bagi staff yang aktivitasnya berfokus mengawasi dan mengelola fasilitas yang diberikan fasilitas ruang kreatif ini.

5.2.2 Tree Method

Tree method adalah konsep umum yang akan diterapkan pada objek desain. Berikut tree method konsep untuk ruang kreatif Loop Station.



Gambar 5.4. Tree method

Sumber : Penulis, 2016



5.2.3 Konsep Makro

Urban merupakan konsep yang akan digunakan pada desain interior ruang kreatif Loop Station. Dimana secara garis besar konsep yang digunakan merupakan perpaduan antara urban dan modern. Sentuhan urban dihadirkan ke dalam interior ruang kreatif berupa bentukan furnitur, material dan karakter ruangan yang dapat memaksimalkan aktivitas pada ruangan atau area tersebut seperti karakter area yg fleksibel, multifungsi dan dinamis. Sedangkan konsep modern akan diterapkan dengan menghadirkan fasilitas dengan teknologi masa terbaru, memanfaatkan pencahayaan dan menghadirkan elemen estetis dengan bentukan yang modern. Konsep dihadirkan untuk memberikan suasana yang ceria dan nyaman dengan memberikan warna yang cerah.

Pengaplikasian konsep urban tidak dibagi secara merata dalam hal porsinya. Sistem presentasinya akan digunakan untuk menentukan nuansa apa yang akan lebih dominan. Hal ini dikarenakan pada setiap ruangan dan area memiliki fungsi yang berbeda sehingga suasana yang ingin disampaikan akan lebih tepat sesuai dengan aktivitasnya.



Gambar 5.5. Konsep makro
Sumber : Penulis, 2016

5.2.4 Standarisasi Ruang Kreatif

Berdasarkan buku *Make Space* yang ditulis 2 bersaudara Scott Doorley dan Scott Withoft, ruang kreatif memiliki *template* atau standar untuk dapat menciptakan kreatifitas didalamnya.. 4 hal tersebut adalah, *places*, *properties*, *action*, dan *attitude*. Namun, standarisasi yang dibahas kali ini hanya *places* dan *properties* dikarenakan 2 hal lainnya berfokus pada “subjek” sedangkan yang akan dibahas kali ini fokus kepada “objek” yang akan dibutuhkan dalam ruang kreatif.



5.2.4.1 *Places / Tempat*

Places atau tempat dalam ruang kreatif adalah sebuah *zoning* untuk membagi beberapa aktivitas berdasarkan kebutuhan dan manfaatnya. Dalam pembagaian zona yang perlu diperharikan adalah mendukung kebiasaan dan memberikan sebuah solusi dalam masalah yang timbul dari sebuah aktivitas. Dalam pengaplikasiannya terdapat 4 zona yang harus diperhatikan untuk mendukung aktivitas kerja didalam ruang kreatif. 4 hal tersebut adalah *home base*, *gathering spaces*, *threshold/transitions* dan *support structure*.

a. *Home Base*

Zona ini adalah zona yang harus mampu memberikan dukungan pada aktivitas kerja baik secara individu maupun secara kelompok. Dalam hal ini terdapat 4 hal yang harus dipenuhi yaitu :

- *Acces*
Area kerja yang baik harus bisa memberikan akses untuk mendapatkan informasi dan fasilitas dalam bekerja seperti Wifi, kertas, pulpen dan lain sebagainya.
- *Things*
Adanya barang-barang yang dibutuhkan dalam aktivitas kerja, hal ini dapat diterapkan dengan memberikan tempat penyimpanan yang memiliki semua barang yang dibutuhkan dalam bekerja.
- *Showcase*
Adanya tempat untuk mempresentasikan hasil kinerjanya dan sebagai tempat untuk berlatih mengasah kreatifitas.
- *Sharing*



Adanya tempat untuk berdiskusi dan berbagi ilmu dan pengalaman

b. *Gathering Space*

Zona ini adalah zona yang berfokus fasilitas yang diberikan kepada penyedia fasilitas sehingga terjadi interaksi didalamnya. Pada zona ini terdapat 3 zona, yaitu :

- *Drop in*

Pada zona ini fasilitas yang diberikan permanen dan tidak bisa diubah selain kursi. Contohnya adalah pantry

- *Curated*

Zona ini termasuk sebuah fasilitas yang diberikan dengan tatanan yang dapat dirubah sesuai dengan aktivitas pada zona tersebut, namun setelah aktivitas tersebut selesai dikembalikan pada tatanan semula. Contohnya adalah lobby

- *Self service*

Zona ini dapat sangat fleksibel yang mengikuti kebutuhan tiap individu, berfokus kepada “*easy to use*”. Fasilitas yang diberikan dapat dirubah oleh pengguna sesuai dengan kebutuhan aktivitasnya. contohnya adalah studio rekam

c. *Threshold/transition*

Zona ini seperti pintu masuk dan keluar. Dimana aktivitas individu yang selalu berpindah dari satu ruang ke ruang lainnya. Pada zona ini yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menciptakan *mood* dan *tempo*. Zona ini harus mampu menciptakan *mood* yang baik dengan pemanfaatan warna, dekorasi maupun fasilitas, dan mampu menciptakan *tempo* yang tepat berdasarkan aktivitas dan kebutuhan tiap ruang.



d. *Support Structure*

Zona ini adalah zona yang berfokus bagaimana tiap individu mampu mendapatkan sebuah relaksasi baik itu secara fisik maupun mental. Selain itu tetap memperhatikan bagaimana memanfaatkan fasilitas ini untuk memaksimalkan produktivitas dalam bekerja.

5.2.4.2 *Properties / Properti*

Pada ruang kreatif properti adalah spasial karakter yang dapat digunakan untuk mengubah kebiasaan dan mood. Dalam hal ini sangat mudah untuk dan sangat efektif bahkan perubahan hal kecil menjadi sebuah properti dapat mendasari sebuah interaksi dalam bekerja. Terdapat 6 aspek untuk menciptakan kebiasaan dan suasana kerja yang kreatif. Yaitu :

a. *Posture*

Gestur tubuh perlu diperhatikan untuk menciptakan sebuah properti yang dapat memaksimalkan kinerja. Dalam hal ini bukan hanya sebuah ergonomi standar dalam bekerja namun lebih ke kebiasaan postur tubuh dalam beraktivitas. Bahasa tubuh dalam bekerja perlu diperhatikan dikarenakan dalam bekerja secara berkelompok bisa digunakan sebagai sebuah komunikasi. Maka dari itu perlu adanya sebuah furnitur yang fleksibel untuk memudahkan bahasa tubuh dalam berkomunikasi.

b. *Orientation*

Orientasi adalah sebuah posisi tiap individu dalam berkomunikasi. Dalam berkomunikasi yang baik orientasi yang tepat adalah secara melingkar dikarenakan tiap individu tidak hanya fokus pada satu subjek dan bisa menyuarakan



pendapatnya daripada hanya berfokus pada satu subjek seperti seminar. Namun sebaiknya dua orientasi tersebut dikombinasikan agar mampu menciptakan lingkungan produktif dalam bekerja.

c. *Surface*

Permukaan disini adalah sebuah media yang digunakan dalam berdiskusi. Baik itu diskusi atau mempresentasikan rencana kerjanya pada meja diskusi maupun pada dinding.

d. *Ambience*

Pada ruang kreatif suasana dapat diperlihatkan dengan pencahayaan, rekstur, suara, bau dan warna. Berfokus kepada emosi tiap individu dimana individu dapat rileks atau dapat bersemangat. Untuk menciptakan suasana yang rileks menggunakan furnitur yang empuk, pencahayaan yang temaram dan menggunakan warna-warna gelap. Untuk menciptakan lingkungan yang energik menggunakan material yang tidak biasa, pencahayaan yang terang, warna yang cerah dan pencahayaan alami.

e. *Density*

Karakter *density* adalah bagaimana menciptakan volume dalam ruang yang berhubungan dengan aktivitas pada area tersebut. Volume disini adalah besaran area yang dibutuhkan, area yang besar yang mampu digunakan banyak orang dan area yang kecil agar bisa fokus dalam bekerja maupun diskusi.

f. *Storage*

Untuk memudahkan kinerja pada ruang kreatif perlu adanya tempat penyimpanan. Tempat penyimpanan yang mudah digunakan sangat membantu aktivitas. Contohnya adalah penyimpanan yang terbuka daripada penyimpanan yang



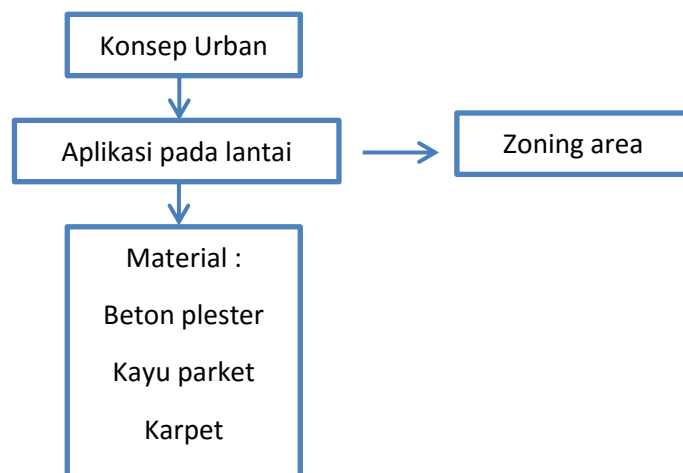
tertutup, namun penyimpanan yang tertutup diperlukan tergantung aktivitas pada setiap area

5.2.5 Aplikasi Desain

Aplikasi desain yang akan digunakan pada objek desain ruang kreatif. Merupakan pengaplikasian desain berdasarkan konsep yang telah dibuat secara mendetail. Aplikasi desain ini akan dijabarkan dengan beberapa turunan konsep utama seperti konsep material, dinding, plafond, material, warna, pencahayaan, furnitur dan elemen estetis.

Dalam hal ini penulis ingin menjabarkan konsep yang akan digunakan secara mendetail agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan serta mampu memberikan gambaran mengenai desain interior ruang kreatif dengan jelas.

5.2.5.1 Konsep Lantai



Gambar 5.6. Konsep lantai
Sumber : Penulis, 2016



Konsep lantai yang digunakan adalah lantai dengan menggunakan material beton plester, kayu dan karpet dengan warna netral, konsep ini untuk memperlihatkan konsep urban pada setiap interior ruang kreatif.

Pada area kerja menggunakan lantai dengan material beton plester dengan *finishing* menggunakan teknik *coating*, sehingga permukaan lantai akan terlihat mengkilap, selain dengan menggunakan sistem, ini dapat memudahkan *maintenance* pada lantai. Selain itu penerapan material lantai digunakan untuk membagi *zoning* area pada area *lounge* dan memberikan kesan membagi area tanpa harus menggunakan partisi, hal ini dilakukan untuk memudahkan aktivitas pada area *lounge* untuk berkomunikasi dan memberikan kesan lapang.

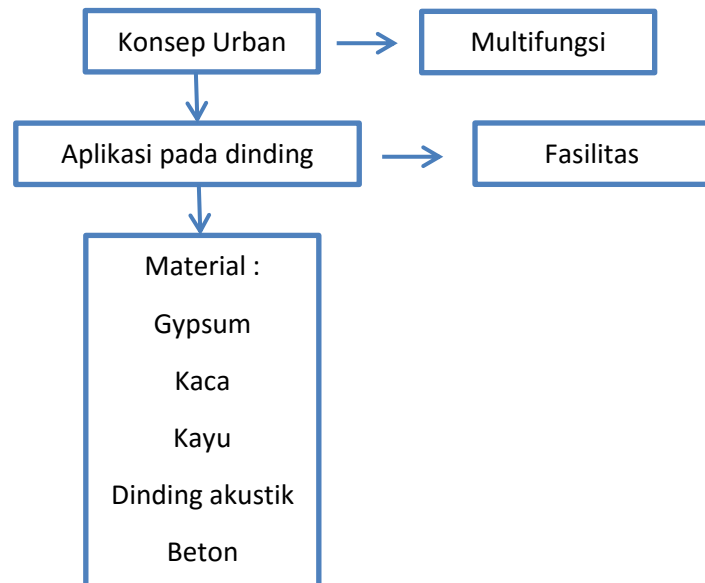


Gambar 5.7. Konsep lantai

Sumber : <http://www.designmagz.com>, 2015

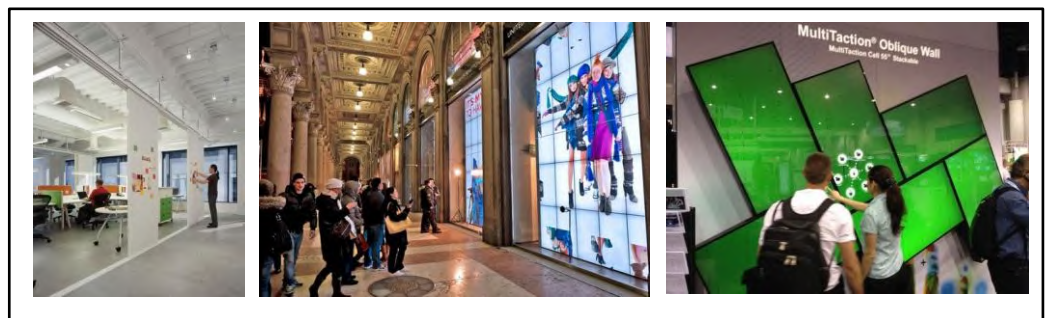


5.2.5.2 Konsep Dinding



Gambar 5.8. Konsep dinding
Sumber : Penulis, 2016

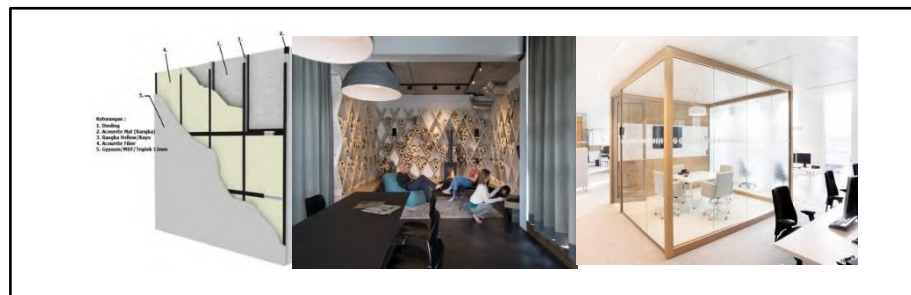
Konsep dinding yang digunakan tidak hanya sebagai pembagi ruang namun juga digunakan sebagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan aktivitas baik pengguna maupun pengunjung, seperti menggunakan layar LCD pada dinding untuk menampilkan video-video kreatif dan mendapatkan informasi berupa infografis pembuatan video. Selain itu pada area *lounge* diterapkan dinding yang dapat digeser yang dapat digunakan untuk menulis, *brainstorming* maupun presentasi mengenai hasil kinerjanya.



Gambar 5.9. Ragam konsep dinding
Sumber : <http://www.pinterest.com/wallinteractive>, 2016



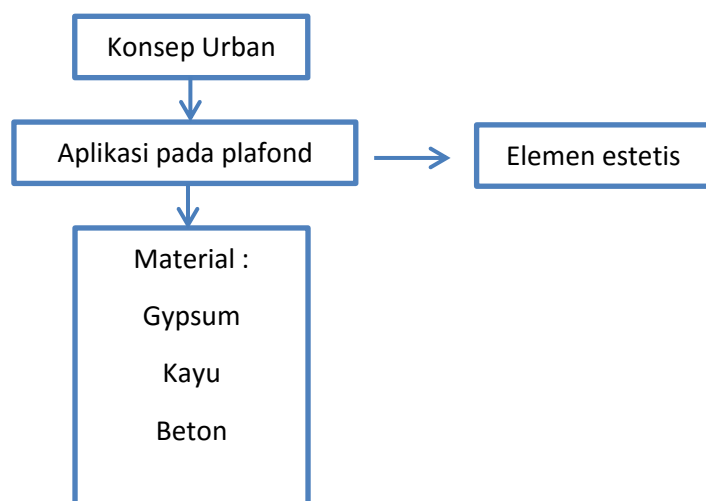
Sedangkan material yang digunakan menggunakan partisi gypsum dan dicat dengan menggunakan warna netral, namun pada beberapa area warna yang digunakan menggunakan warna cerah untuk menciptakan mood dan suasana yang nyaman untuk mendukung kinerja pengguna maupun pengunjung. Selain itu penggunaan material kaca pada ruang kerja, untuk memberikan kesan lapang dan memanfaatkan pencahayaan alami. Penggunaan dinding akustik diperlukan untuk digunakan pada studio rekam. Agar aktivitas didalam studio rekam tidak mengganggu aktivitas lainnya. Penggunaan material kayu diaplikasikan pada area *lounge* untuk memberikan kesan hangat dan nyaman dalam melakukan aktivitas.



Gambar 5.10. Ragam material dinding

Sumber : <http://www.pinterest.com/wallapplication>, 2016

5.2.5.3 Konsep Plafond

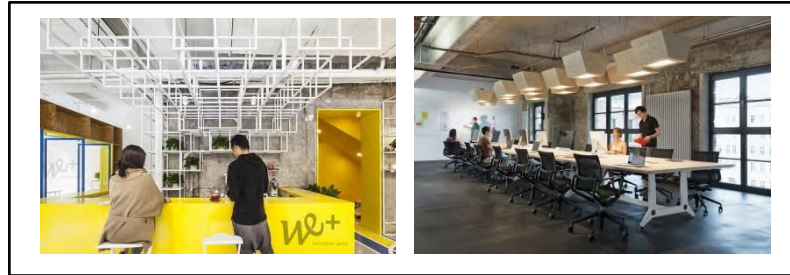


Gambar 5.11. Konsep plafond

Sumber : Penulis, 2016



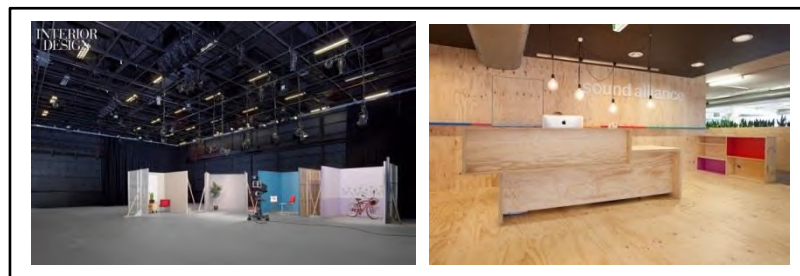
Konsep plafond yang akan diaplikasikan pada interior ruang kreatif yaitu dengan menggunakannya sebagai elemen estetis pada beberapa area, selain itu konsep plafond yang kan digunakan juga mendukung pencahayaan dan memberikan suasana pada setiap area ruang kreatif.



Gambar 5.12. Ragam konsep plafond

Sumber : <http://www.coworkingchallenge.com>, 2016

Penggunaan material utama yang pada ruang kreatif ini dengan menggunakan gypsum yang mudah dibentuk. Sedangkan material baja diaplikasikan pada studio rekam untuk menggantungkan lampu yang digunakan untuk memberikan suasana yang diinginkan pada proses pembuatan video. Penggunaan kayu akan dihadirkan pada area *lounge* untuk menciptakan suasana yang nyaman.



Gambar 5.13. Material plafond

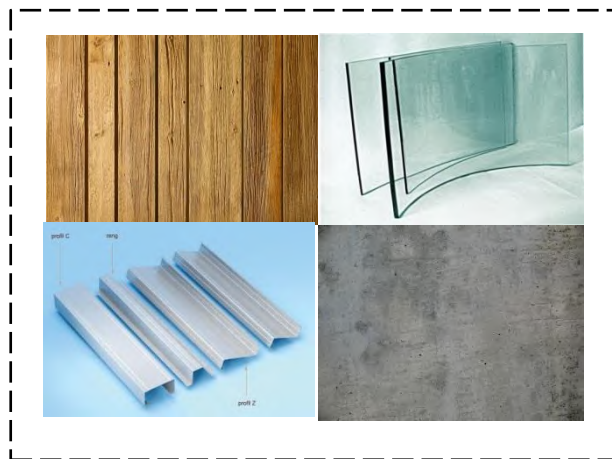
Sumber : <http://www.dezeen.com/coworkingspace>, 2015

5.2.5.4 Konsep Material

Konsep material yang akan diaplikasikan pada ruang kreatif ini yaitu dengan menggunakan material industri, seperti beton



plester, baja maupun kayu olahan. Menonjolkan tekstur pada setiap material yang diaplikasikan pada elemen pembentuk ruang dengan menggunakan warna dari material yaitu warna netral. Selain itu penggunaan material pada setiap furniture menggunakan material yang nyaman untuk mendukung aktivitas seperti pada tempat duduk menggunakan material yang empuk, dan tekstur yang lembut seperti menggunakan kain suede dengan kualitas tinggi. Penggunaan material kaca diaplikasikan pada area kerja untuk memberikan kesan lapang.



Gambar 5.14. Material kayu, kaca, baja, dan beton (dari kiri atas)

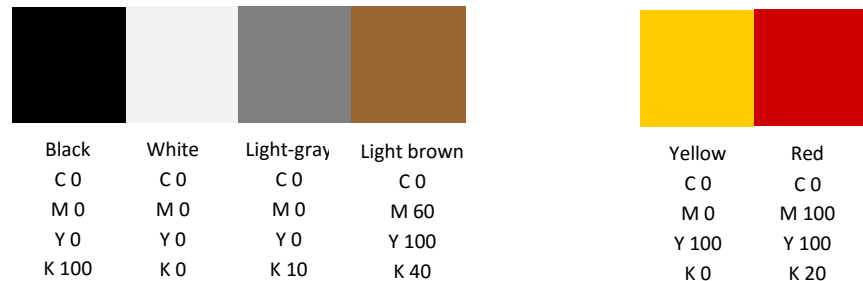
Sumber : <http://www.industrialdesign.com>, 2015

5.2.5.5 Konsep Warna

Konsep warna yang akan diaplikasikan pada desain interior ruang kreatif ini adalah dengan menggunakan warna netral dengan menonjolkan tekstur dari material yang digunakan, namun penggunaan warna-warna cerah diaplikasikan untuk mendukung suasana *fun* dan *youth* pada beberapa area. Dalam hal ini warna cerah yang digunakan adalah warna merah dan kuning yang mampu menciptakan *mood* positif, merangsang, dan hangat. Cocok



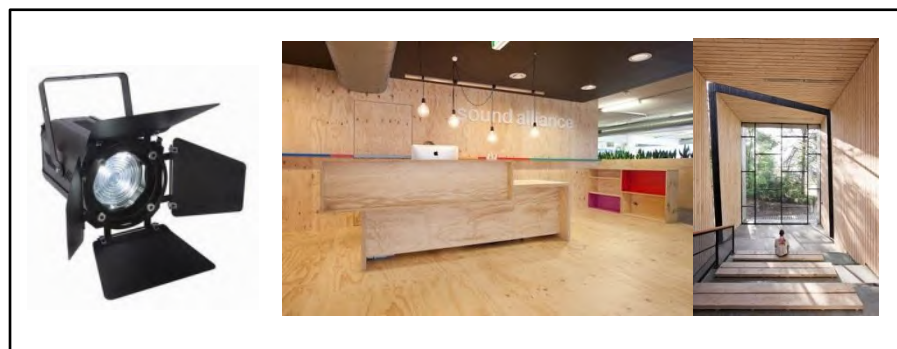
diaplikasikan pada area yang membutuhkan Suasana yang nyaman dalam beraktivitas seperti *lounge* dan area kerja.



Gambar 5.15. Konsep warna netral dan warna cerah
Sumber : penulis, 2016

5.2.5.6 Konsep Pencahayaan

Konsep pencahayaan yang digunakan ada dua macam yaitu alami dan buatan. Pencahayaan didapatkan dari hasil konsep ruangan yang terbuka dan bukaan yang besar sehingga memungkinkan banyak cahaya matahari yang masuk dalam ruangan. Untuk cahaya buatan dengan menggunakan lampu *downlight*, *hiddenlight*, beberapa lampu spot light yang menyorot bagian tertentu (elemen estetika) serta lampu pijar yang digunakan pada studio rekam yang dapat diatur kapasitas cahayanya. Pemanfaatan cahaya alami juga dapat membantu produktivitas kerja.

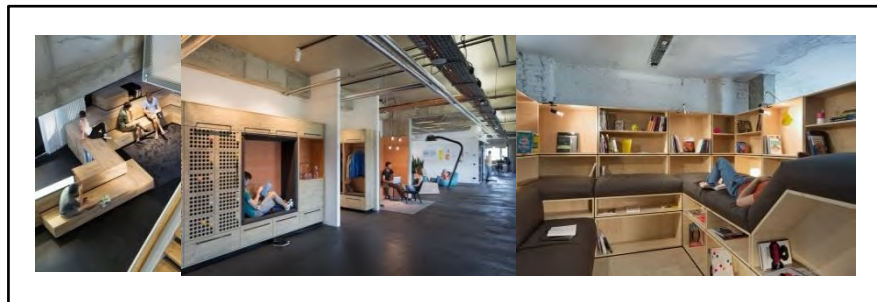


Gambar 5.16. Konsep pencahayaan
Sumber : <http://www.dezeen.com/coworkingspace>, 2016



5.2.5.7 Konsep Furnitur

Konsep utama furnitur yang digunakan adalah multifungsi yaitu dimana furniture pada ruang kreatif ini tidak hanya memiliki satu fungsi, dan fungsi lainnya dapat digunakan untuk mendukung aktivitas pada setiap area. Sedangkan untuk bentukan furnitur yang digunakan yaitu dengan menggunakan bentukan yang sederhana dikarenakan masyarakat urban membutuhkan hal yang praktis dan *simple*. Pengaplikasian furnitur yang dinamis dan fleksibel dapat diperlihatkan dengan furnitur yang dapat dibawa kemana saja. Namun terdapat pula furnitur yang permanen dan tidak bisa dirubah. Penggunaan material pada furnitur ini menggunakan material kayu.

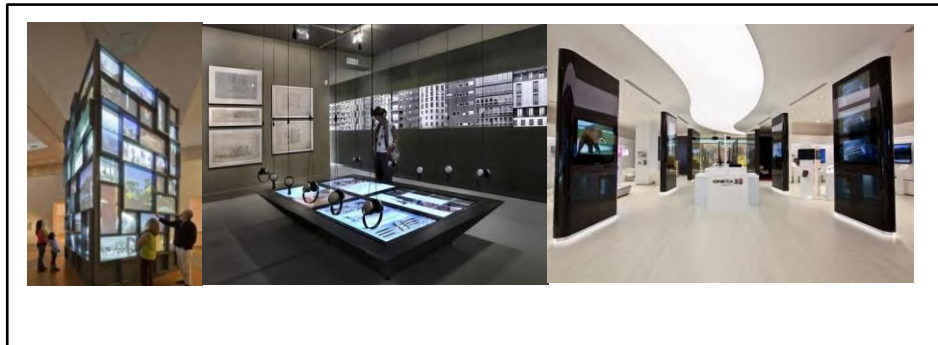


Gambar 5.17. Ragam konsep furnitur

Sumber : <http://www.pinterest.com/functionalfurniture> , 2016

5.2.5.8 Konsep Elemen Estetis

Konsep elemen estetis pada desain interior ruang kreatif ini tidak hanya sebagai hiasan atau dekorasi pada sebuah area, namun elemen estetis yang akan diterapkan adalah elemen estetis yang dapat digunakan sebagai fasilitas yang mendukung aktivitas. Bentuk yang digunakan menggunakan bentukan sederhana dan menggunakan teknologi modern seperti layar LCD, hologram maupun layar sentuh.



Gambar 5.18. Ragam konsep elemen estetis
Sumber : <http://www.pinterest.com/wallinteractive>, 2016

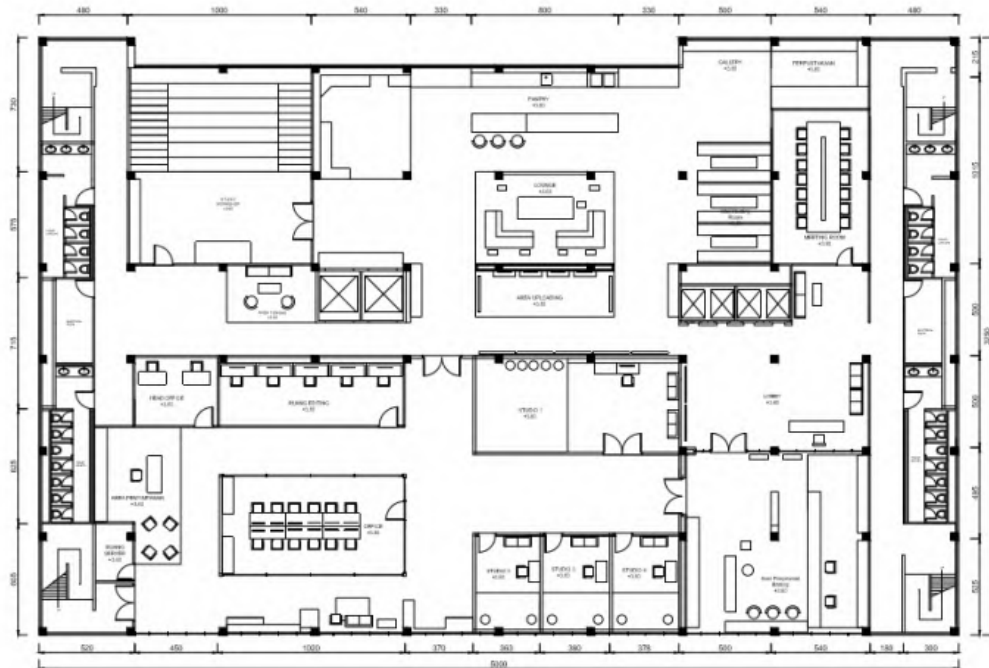


BAB 6

DESAIN AKHIR

6.1 Layout Denah Terpilih

Dibawah ini merupakan denah keseluruhan desain terpilih dari Ruang Kreatif media video. Terdapat dua area yang direncanakan sesuai dengan kebutuhan berdasarkan aktivitas pada ruang kreatif yaitu area kerja dan area santai.



Gambar 6.1 Layout Denah Terpilih Keseluruhan

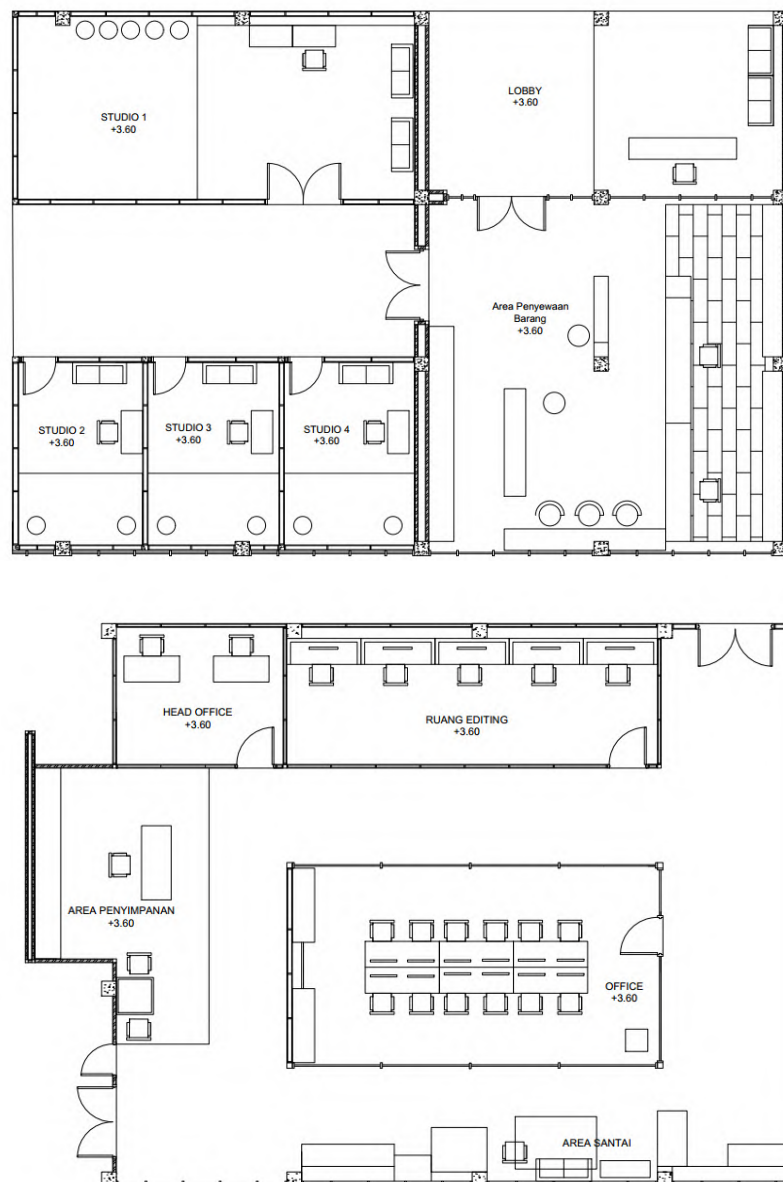
Sumber : Penulis, 2016

a. Area Kerja

Pada gambar 5.1 ditampilkan denah keseluruhan area kerja. Penataan *layout* pada area ini untuk memudahkan aktivitas pengguna dan pengelola. Pada area ini terdapat beberapa area maupun ruangan, seperti, looby, area penyewaan barang, studio rekam makro dan mikro, *office*, *editing room*,



head office, dan area penyimpanan barang. Alur yang diciptakan memudahkan pengguna dalam proses pembuatan video, dari pendaftaran pada area lobby, menyewa alat rekam pada area penyewaan barang, *shooting* video pada studio rekam, mengedit hasil video yang telah direkam pada *editing room* dan mengembalikan barang yang telah disewakan pada area penyimpanan barang



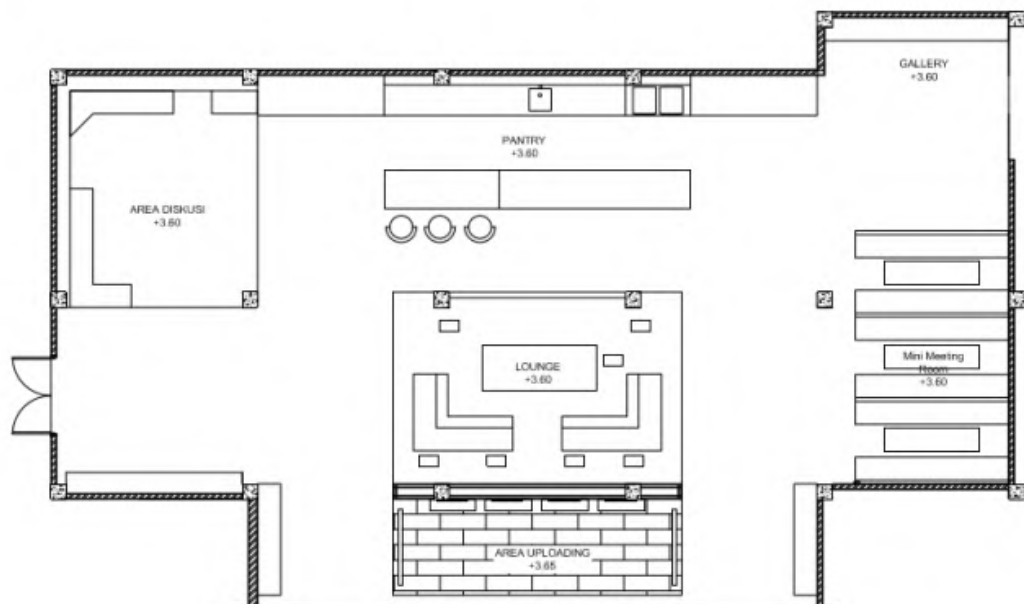
Gambar 6.2 Layout Denah Area Kerja
Sumber : Penulis, 2016



b. Area Santai

Pada area santai penataan *layout* dan sirkulasi disesuaikan pada aktivitas pengguna maupun pengelola. Pada area ini terdapat beberapa area seperti, *uploading area*, *lounge*, *pantry*, perpustakaan, *gallery*, dan area diskusi.

. Area santai ini merupakan hasil dari studi aktivitas dimana pengguna dan pengelola yang memiliki *passion* atau tertarik dalam pembuatan video memiliki karakteristik yang sama yaitu berkumpul dan berbagi pengalaman mengenai proses pembuatan video. Oleh karena itu, penataan furnitur pada area ini dibuat senyaman mungkin untuk berinteraksi dengan memanfaatkan konsep *orientation* dimana orientasi interaksi tidak hanya fokus didepan namun bisa melingkar serta memanfaatkan *surface* pada elemen interior yang dapat digunakan sebagai media presentasi dan menyampaikan ide-ide dalam proses pembuatan video.



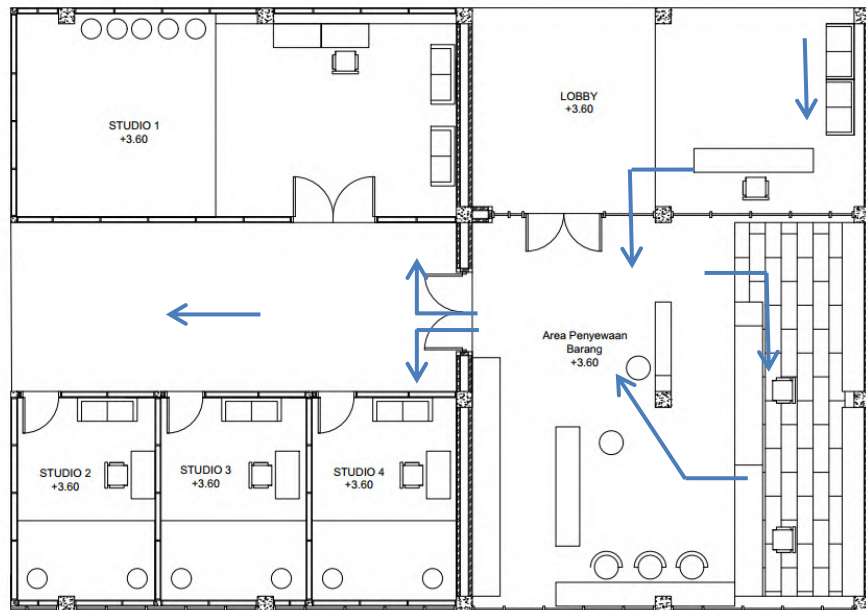
Gambar 6.3 Layout Area Santai
Sumber : Penulis, 2016



6.2 Ruang Terpilih 1

6.2.1. Layout Ruang Terpilih 1

Denah dibawah ini merupakan denah dari area kerja yaitu area lobby, area penyewaan barang dan studio rekam. Area ini merupakan area dimana pengguna mendapatkan fasilitas untuk merekam video. Pada area lobby diberikan fasilitas untuk mendapatkan informasi mengenai video dengan menggunakan teknologi LED pada dinding, serta terdapat meja resepsionis yang dapat digunakan sebagai tempat *registrasi* bagi pengguna yang ingin menggunakan ruang kreatif ini. Pada area penyewaan barang terdapat penyimpanan alat-alat yang membantu proses pembuatan video seperti kamera, *slider*, *tripod* maupun lensa kamera. Pada area ini juga memanfaatkan teknologi seperti hologram pada meja penyewaan barang untuk memperlihatkan alat yang akan digunakan. Penataan tempat duduk pada area ini dapat dirubah oleh pengguna agar lebih *fleksibel* namun terdapat furnitur *built-in* yang dapat digunakan untuk membantu aktivitas pengguna untuk mengecek alat yang telah disewa. Sedangkan pada area studio rekam baik makro maupun mikro menggunakan konsep *self service* dimana pengguna dapat mengubah layout sesuai dengan keinginan pengguna dalam proses pembuatan video.



Gambar 6.4 Layout Furnitur Ruang Terpilih 1

Sumber : Penulis, 2016

6.2.2 Desain Akhir Ruang Terpilih 1 (Area Penyewaan Barang)

Sebagai area yang memiliki fungsi untuk menyimpan alat yang akan disewakan, sehingga ruangan ini harus dapat memberikan fasilitas yang mendukung aktivitas pada area ini.

Aktivitas pada area ini yaitu menyewa alat yang akan digunakan dalam proses pembuatan video, oleh karena itu bentukan furnitur harus disesuaikan dengan aktivitas pengguna. Penggunaan material seperti beton plester, kayu dan besi untuk menampilkan konsep urban pada area ini. Selain itu bentukan yang multifungsi dan dinamis pada furnitur yang dapat membantu aktivitas pengguna mampu memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan aktivitas pada area ini. Penggunaan warna netral dari tekstur material beton plester, kayu dan besi mampu memberikan kesan urban selain itu penggunaan warna digunakan sebagai aksen warna pada area ini. Pemanfaatan cahaya alami dengan bukaan yang lebar dapat memberikan kesan lapang.



Pada meja penyewaan barang ini menggunakan material HPL warna hitam dan pallet kayu serta grafis sebagai elemen dekorasi. Pada meja ini menggunakan teknologi hologram untuk menampilkan barang yang akan disewa oleh pengguna.



Gambar 6.5 Perspektif Area Penyewaan Barang *view 1*
Sumber : Penulis, 2016

Selain itu terdapat furnitur *built in* dekat dengan jendela untuk bisa digunakan oleh pengguna mengecek barang yang telah pengguna sewa sekaligus menjadi tempat menunggu. Pemanfaatan pencahayaan alami diterapkan pada area ini untuk memberikan kesan lapang, penggunaan cahaya buatan menggunakan lampu TL dan *downlight* dengan kap lampu warna hitam untuk mendukung kesan urban pada area ini

Pada area penyimpanan alat rekam video menggunakan material *wiremess* dan besi, material kayu dengan tekstur kasar digunakan sebagai *background* pada area penyimpanan. Penggunaan material ini untuk memberikan kesan urban yang kuat dengan menonjolkan tekstur dan warna asli dari material tersebut. Plafond pada tempat penyewaan barang menggunakan *drop ceiling* gypsum warna putih dan dikombinasikan dengan besi dengan susunan mozaik sebagai elemen



estetis pada area ini. Tempat duduk yang digunakan sebagai untuk dudukan sambil menunggu terdapat “kolong” penyimpanan sementara agar tidak mengganggu pengguna lain dengan barang bawaan mereka.

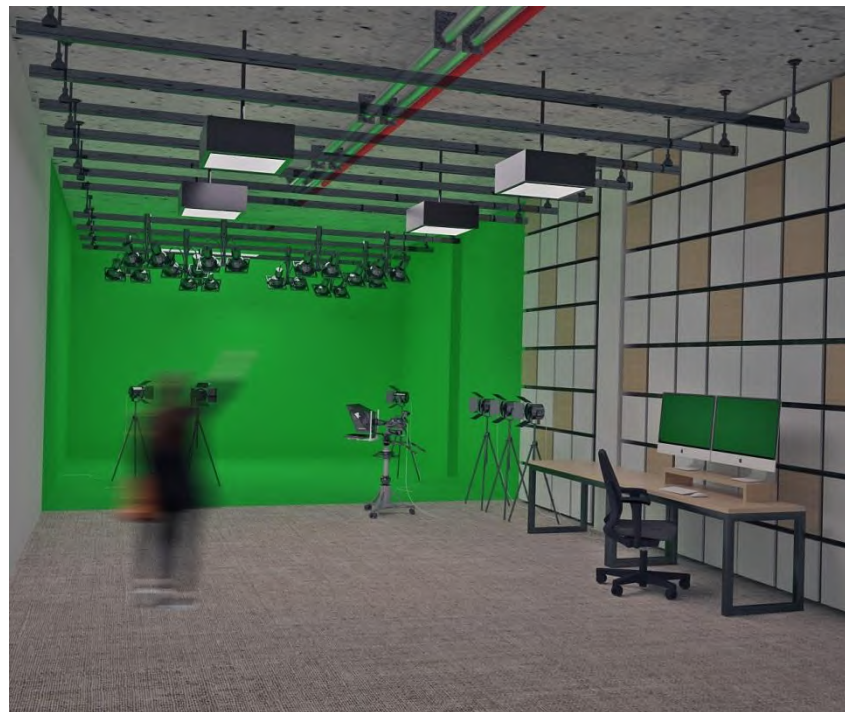


Gambar 6.6 Perspektif Area Penyewaan Barang *view 2*
Sumber : Penulis, 2016

6.2.3 Desain Akhir Ruang Terpilih 1 (Studio Rekam Makro)

Studio rekam pada ruang kreatif ini terdapat dua jenis yaitu studio makro dan mikro, studio mikro digunakan untuk jenis video yang tidak memerlukan luasan studio rekam yang luas, seperti video *unboxing*, *DIY*, *tutorial* dan sebagainya. Sedangkan pada studio rekam digunakan untuk proses video yang membutuhkan luasan yang cukup luas seperti, *video clip*, *motion graphic* atau *short movie*. Berdasarkan kebutuhan dalam proses pembuatan video tersebut, studio rekam makro mempunyai luasan yang cukup luas. Pada studio rekam ini merupakan

ruangan akustik agar tidak mengganggu proses pembuatan video dan aktivitas lainnya diluar studio. pada studio ini tidak banyak memerlukan furnitur yang berlebihan, dengan memberikan meja 2 beserta komputernya, sofa untuk bersantai setelah membuat video serta terdapa furnitur *built in* seperti tempat penyimpanan properti kebutuhan *shooting* video. Studio rekam ini menggunakan konsep *self service* dimana penguna dapat merubah layout pada studio untuk memaksimalkan proses pembuatan video



Gambar 6.7 Perspektif Studio Rekam Makro view 1
Sumber : Penulis, 2016

Penggunaan material pada studio rekam ini menggunakan material yang mendukung akustik ruangan dan proses pembuatan video. Pada lantai menggunakan kain komposit warna krem dan warna hijau pada area *shooting*. Namun pada ceiling tetap menggunakan material beton plester untuk tidak menghilangkan suasana urban pada studio ini. Material kayu digunakan sebagai elemen estetis atau elemen dekorasi



yang diterapkan pada tempat penyimpanan yang terdapat di dinding dan meja komputer.

Pada ceiling menggunakan rangka baja sebagai tempat lampu halogen yang dapat diubah posisinya sesuai dengan keinginan pengguna. Pada studio telah disediakan alat rekam yang berat seperti, lampu halogen, tripod dan kamera film yang tidak terdapat pada area penyewaan barang. Sofa yang digunakan pada area ini menggunakan warna netral yaitu putih agar memberikan kesan kontras pada dinding yang menggunakan material beton plester. Pencahayaan pada studio ini dapat diatur gelap terangnya sesuai dengan keinginan pengguna, namun tetap disediakan *down light* sebagai pemberi kesan urban dengan bentukan yang sederhana.

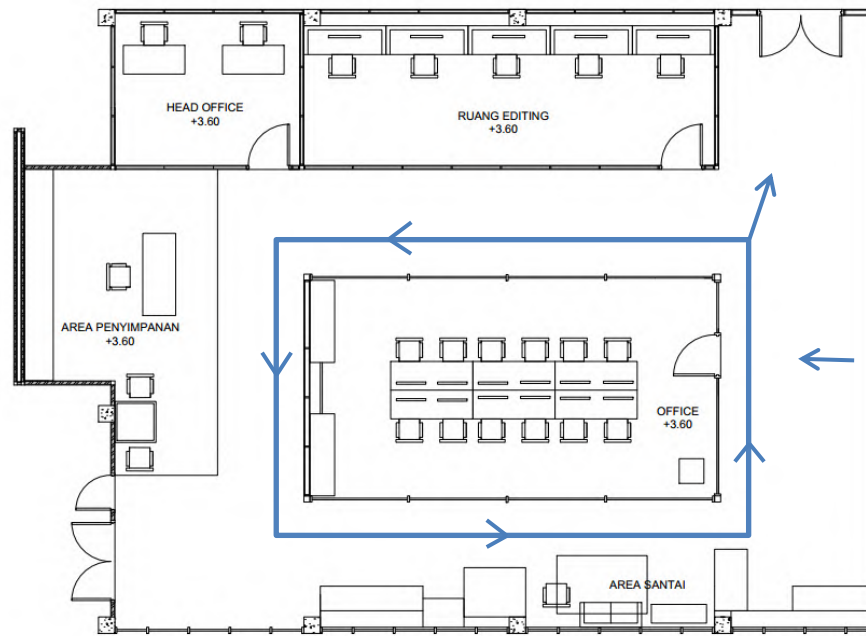


Gambar 6.8 Perspektif Studio Rekam Makro view 2
Sumber : Penulis, 2016



6.3 Ruang Terpilih 2

6.3.1 Layout Ruang Terpilih 2



Gambar 6.9 Layout Furnitur Ruang Terpilih 2

Sumber : Penulis, 2016

Ruang terpilih 2 merupakan area kerja pengelola dan ruang *editing*, area penyimpanan barang, area santai dan kantor kepala pengelola. Sirkulasi pada area ini menggunakan sirkulasi radial karena aktivitas pada area ini cukup tinggi. Selain itu dengan sirkulasi radial ini, pengelola dapat mengawasi aktivitas pengguna, serta memberikan sirkulasi yang nyaman bagi pengguna maupun pengelola.

6.3.2 Desain Akhir Ruang Terpilih 2

Home base pada ruang kreatif ini adalah area kerja, dikarenakan seluruh aktivitas pada ruang kreatif dikelola pada area ini. Oleh karena itu



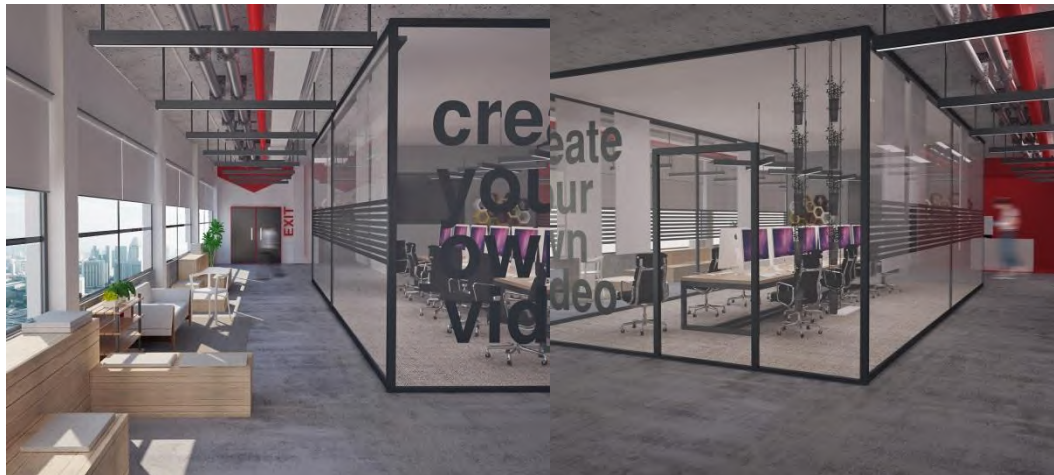
suasana nyaman dalam bekerja sangat diperhatikan pada area ini agar pengelola tidak merasa bosan bekerja dan terus menciptakan ide kreatif. Area santai yang dekat dengan jendela dapat memberikan kesan yang nyaman dalam berinteraksi dan membantu aktivitas pada area kerja.

Pada area kerja (*office*) dinding partisinya menggunakan material kaca *frameless* agar cahaya alami dapat masuk pada ruang kerja. Pada ruang kerja ini terdapat *surface* yang berupa papan berwarna putih yang dapat digeser pada sisi samping ruang kerja yang digunakan untuk presentasi ide-ide kreatif. Tempat penyimpanan dengan bentukan hexagonal yang menggunakan warna bermacam-macam digunakan untuk memberikan kesan *young* serta menciptakan *mood* yang baik bagi pengelola. Tanaman digunakan sebagai elemen dekorasi pada ruang kerja. Konsep yang digunakan pada ruang kerja menggunakan warna netral seperti dinding warna abu-abu dan karpet dengan krem untuk memberikan kesan urban pada ruang kerja ini. Bentukan meja kerja yang sederhana dengan penggunaan material kayu dan besi memperkuat kesan urban, selain itu orientasi pada ruangan kerja tidak diberi sekat agar antar pekerja dari pengelola dapat berinteraksi dengan baik. Selain menggunakan pencahayaan alami, ruang kerja menggunakan lampu TL sebagai pencahayaan buatan dan digunakan sebagai elemen estetis pada ruang kerja ini dengan kap lampu berwarna hitam. Pada area area kantor juga diberikan *blind* untuk memberikan sedikit privasi untuk pengelola dalam bekerja tanpa harus mengurangi kesan lapang pada area ini.



Gambar 6.10 Perspektif Area Kerja view 1
Sumber : Penulis, 2016

Pada area santai yang bersebelahan langsung dengan area kerja dapat digunakan oleh pengguna maupun pengelola untuk berinteraksi mengenai pembuatan video atau saling bertukar ilmu dan ide, oleh karena itu furnitur *built in* menggunakan bentukan sederhana dengan orientasi yang nyaman dalam berinteraksi. Penggunaan material kayu pada area santai digunakan untuk memberikan kesan ringan dan rileks setelah bekerja. Tekstur yang digunakan pada area ini cukup beragam namun warna dari kayu merupakan warna *soft*. Terdapat sofa dan kursi untuk bersantai dengan warna netral yang mendukung aktivitas pada area ini. Pencahayaan pada area ini lebih memaksimalkan pencahayaan alami serta pencahayaan buatan menggunakan lampu TL. Tempat duduk pada area santai sangat beragam sehingga pengguna maupun pengelola dapat memilih tempat duduk yang tinggi atau yang rendah, dimana kenyamanan dalam berinteraksi pada area ini sangat diperhatikan. Area santai ini merupakan transisi pada sebuah ruangan, dengan perubahan *mood* yang berbeda sangat diperlukan dimana pada ruang kerja suasana yang diciptakan adalah produktif sedangkan pada area santai suasana yang diciptakan adalah kenyamanan bersantai setelah lelah bekerja

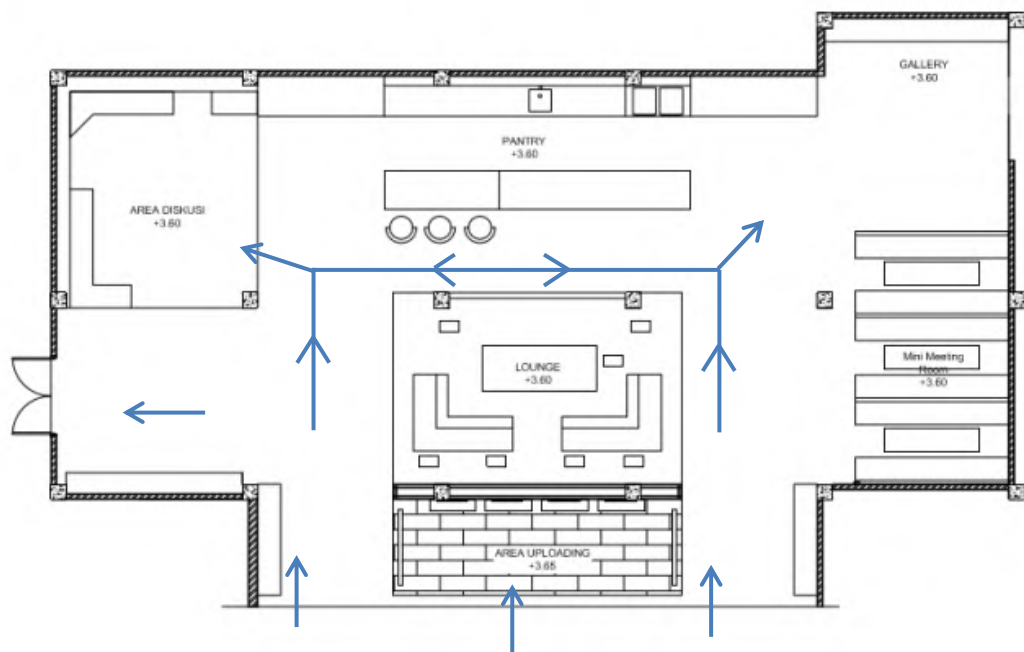


Gambar 6.11 Perspektif Area Kerja view 2 & 3

Sumber : Penulis, 2016

6.4 Ruang Terpilih 3

6.4.1 Layout Ruang Terpilih 3



Gambar 6.12 Layout Furnitur Ruang Terpilih 3

Sumber : Penulis, 2016



Ruang terpilih 3 merupakan area santai pada ruang kreatif ini dimana innteraksi pengguna maupun pengelola dapat berjalan dengan maksimal, pemanfaatan sirkulasi yang luas pada area ini diciptakan untuk memberikan kesan luas dan nyaman dalam berinteraksi. Pada area santai ini terdapat beberapa area seperti, *uploading area*, *lounge*, *pantry*, *gallery*, perpustakaan, area diskusi dan *rest area*. Namun sebagai *zoning area* pada setiap area menggunakan material lantai yang berbeda .

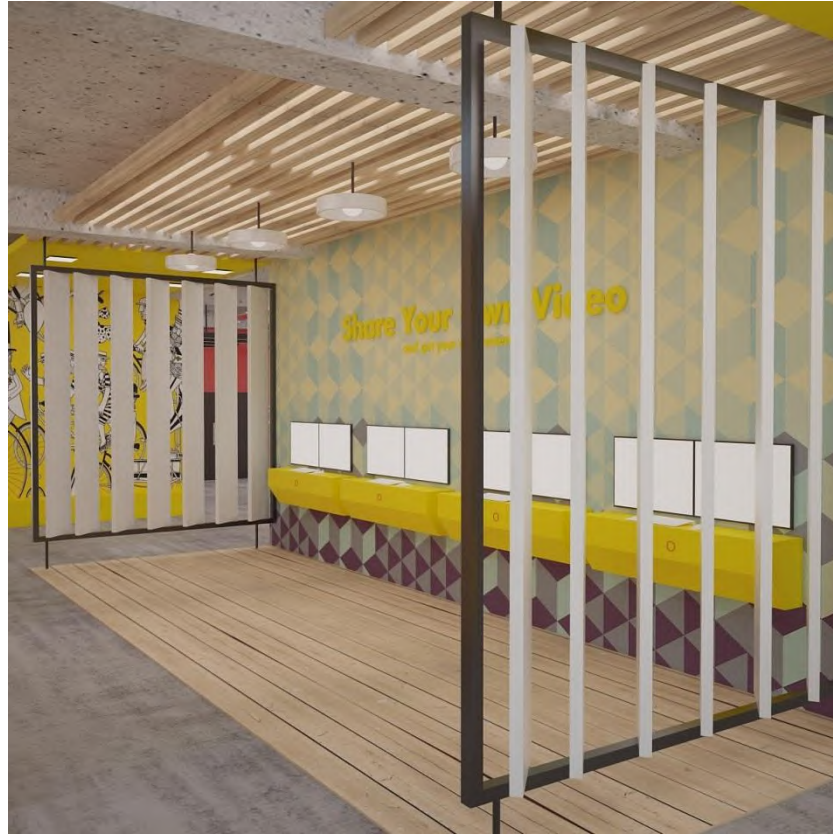
6.4.2 Desain Akhir Ruang Terpilih 3 (*Uploading Area & Lounge*)

Gathering space pada ruang kreatif ini adalah area santai dimana area berkumpul baik pengguna maupun pengelola sangat dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan dan aktivitas yang terdapat area santai ini. Selain itu konsep *drop in* diterapkan pada area ini dimana pengguna dapat memindah furnitur sesuai dengan kebutuhan pengguna, namun setelah aktivitas tersebut selesai, furnitur dikembalikan lagi pada tempatnya semula.

Area pertama pada ruang terpilih 3 pada ruang kreatif ini adalah *uploading area*. Area ini merupakan fasilitas yang disediakan berdasarkan kebutuhan pengguna untuk mengunggah video hasil rekaman dan telah siap disebarkan. Area ini merupakan area pertama yang dilewati oleh pengguna maupun pengelola menuju area santai. Fasilitas berupa monitor ini tidak hanya digunakan untuk mengunggah video saja namun digunakan sebagai pemutaran video-video kreatif yang telah dibuat oleh para *video maker* Indonesia sebagai refrensi video untuk pengguna ruang kreatif. Pemanfaatan partisi pada area ini selain sebagai pembatas dapat digunakan sebagai “layar” dengan menggunakan teknologi *mapping* dan dapat memutar video terbaik tiap bulannya. Penggunaan material kayu pada lantai dan plafond digunakan untuk memberikan kesan urban. Partisi buatan pada area ini juga menggunakan besi sebagai *frame* untuk menopang lembar papan yang akan digunakan sebagai layar. Selain itu terdapat tempat

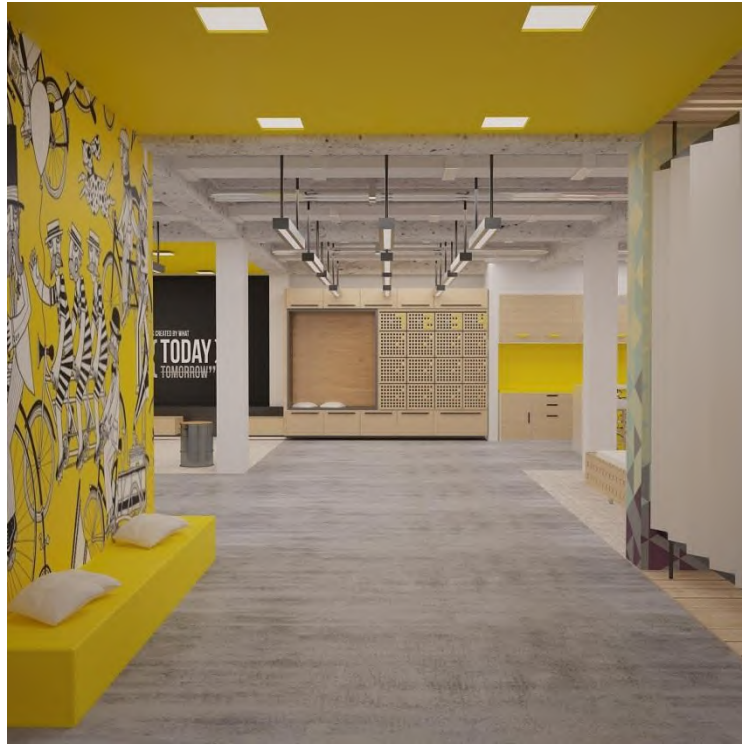


duduk pada sisi samping area ini untuk memberikan kesan “pintu” menuju *lounge*.



Gambar 6.13 Perspektif *Uploading Area* view 1
Sumber : Penulis, 2016

Pencahayaan pada area ini menggunakan *hanging lamp* dan *hidden lamp* pada plafond. Dinding pada area ini menggunakan *wallpaper* dengan *pattern* simetris serta dudukan komputer dengan bentukan sederhana yang menggunakan material *HPL glossy* untuk memberikan kesan modern. Penggunaan *typography* pada area ini untuk memberikan mood pada pengguna untuk terus membuat video kreatif dengan menggunakan bahan *acrylic glossy*.



Gambar 6.14 Perspektif *Uploading Area* view 2
Sumber : Penulis, 2016

Area selanjutnya adalah *lounge* dimana aktivitas area santai ini berpusat pada area ini. Aktivitas seperti diskusi, presentasi, mengobrol, berbagi pengalaman atau hanya sekedar duduk santai. Tempat duduk yang digunakan pada area ini memanfaatkan kayu pallet yang tidak terpakai dan diberikan bantalan berwarna putih. *Zoning area* pada area ini menggunakan karpet berwarna krem yang merupakan warna netral agar memberikan kesan urban. *Layout* furnitur pada area ini dibentuk untuk memberikan kenyamanan pengguna untuk berinteraksi. Pada area ini terdapat meja kecil *portable* dengan bobot yang ringan agar bisa dipindah-pindah dengan menggunakan material pipa besi. Dinding pada area ini digunakan sebagai tempat menempel ide-ide atau video yang telah dibuat oleh pengguna maupun pengelola agar dapat menginspirasi pengguna lainnya dengan menggunakan *sticky notes*. Konsep urban pada area ini adalah pemanfaatan furnitur yang multifungsi dan dinamis selain menggunakan material urban seperti kayu maupun besi.



Gambar 6.15 Perspektif *Lounge view 1*
Sumber : Penulis, 2016

Dinding partisi pada area ini juga dapat digunakan sebagai *surface* atau media untuk mempresentasikan ide-ide kreatif. Selain itu papan ini dapat digeser agar kesan lapang pada area ini dapat diperlihatkan. Tong bekas yang sudah dimodifikasi pada area ini juga dapat digunakan untuk membantu pengguna melakukan aktivitasnya. Orientasi pada area ini menggunakan orientasi melingkar sekaligus orientasi satu titik fokus. Agar aktivitas dalam berdiskusi dapat berjalan maksimal.



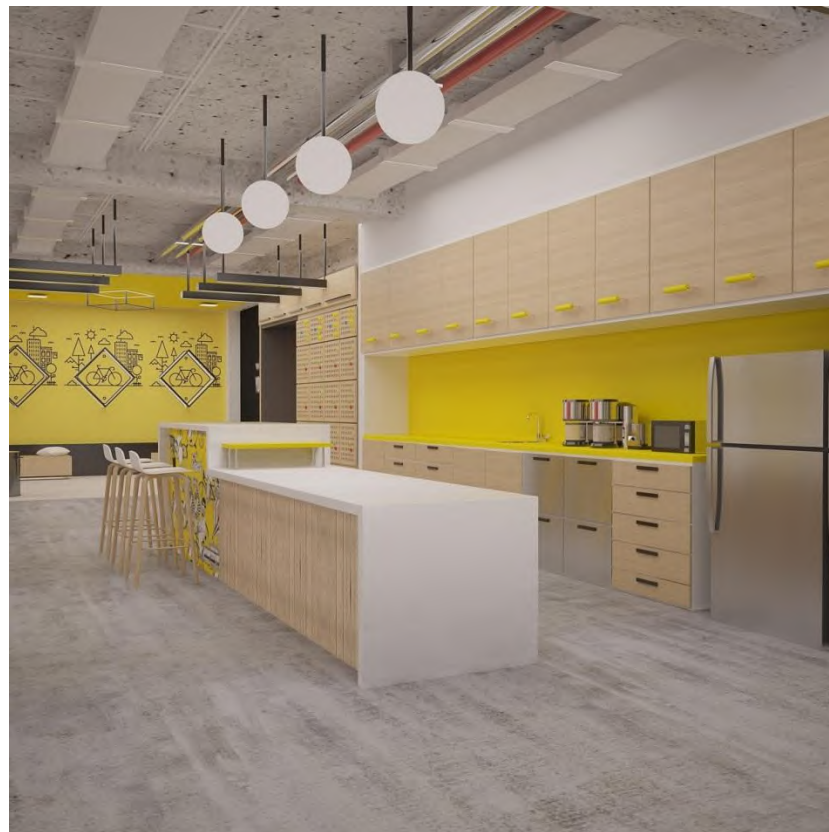
Gambar 6.16 Perspektif Lounge view 2
Sumber : Penulis, 2016

6.4.3 Desain Akhir Ruang Terpilih 3 (Pantry dan Area Diskusi)

Ruang terpilih 3 pada area santai ini selanjutnya adalah *pantry* dan area diskusi. Pada ruang kreatif ini tidak menghadirkan *café*, karena *café* memberikan kesan dilayani sehingga kemandirian dari pengguna ruang kreatif tidak dilatih. Oleh karena itu fasilitas yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum pada ruang kreatif ini adalah berupa *pantry* dimana pengguna maupun pengelola dapat membuat makanan dan minumannya sendiri. Oleh karena itu telah disediakan tempat penyimpanan baik makanan dan minuman, pada area ini menggunakan meja bar selain digunakan untuk mengobrol atau sekedar duduk santai. Meja bar pada area ini menggunakan ketinggian berbeda. Pada ketinggian yang paling tinggi dapat digunakan sebagai laptop bar atau sekedar duduk, sedangkan pada ketinggian terendah digunakan untuk menaruh makanan dan minuman. Pada area ini tidak banyak menggunakan kursi, agar pengguna tidak terlalu lama pada area ini. Kursi bar yang digunakan menggunakan material kayu dan fiber warna putih untuk memberikan



kesan urban selain dengan bentukan dari meja bar. Pencahayaan buatan pada area ini menggunakan *hanginglamp* dengan kap lampu transparan. Tempat penyimpanan pada area ini tidak hanya digunakan sebagai tempat simpan namun juga dapat digunakan sebagai tempat duduk santai yang dapat digunakan satu sampai dua orang.



Gambar 6.17 Perspektif *Pantry*
Sumber : Penulis, 2016



Gambar 6.18 Perspektif area diskusi
Sumber : Penulis, 2016



BAB 7

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Dari pembahasan tentang desain interior ruang kreatif media video dengan konsep urban sebagai usaha mengembangkan industri kreatif dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain:

- a. Desain Interior Ruang Kreatif Media merupakan sebuah fasilitas yang dikembangkan sebagai media penyalur kreatifitas masyarakat serta memenuhi kebutuhan pengguna ruang kreatif dengan sirkulasi dan suasana yang nyaman dalam proses pembuatan video kreatif dengan menghadirkan fasilitas seperti area penyimpanan barang, *editing room*, *lounge*, *uploading area*, *gallery*, *workshop area*, *pantry*, dan *rest area* dan perpustakaan. Fasilitas tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna ruang kreatif dalam proses pembuatan video kreatif.
- b. Ruang kreatif memiliki fungsi lebih yang dapat menambah fungsi utama dari ruang kreatif yaitu tempat berkumpulnya kreatif dan fasilitas yang nyaman dalam bekerja terutama dalam proses pembuatan video kreatif.
- c. Desain Interior Ruang kreatif menampilkan citra urban pada masyarakat jaman sekarang yang membutuhkan tempat yang praktis dan multifungsi sehingga menjadi suatu daya tarik yang berbeda dengan ruang kreatif lainnya.
- d. Perlunya komponen-komponen interior yang kreatif dan inovatif untuk memacu kreativitas pengguna dalam proses pembuatan video kreatif.



7.2 Saran

Beberapa saran yang dapat digunakan agar dapat memajukan proses desain terutama mendesain ruang kreatif yaitu:

- a. Lebih banyak mencari informasi mengenai objek yang akan digunakan, sehingga akan mengetahui kebutuhan ruang apa saja yang dibutuhkan.
- b. Mencari referensi studi pembandingan agar dapat membandingkan objek satu dengan yang lainnya.

7.3 Penutup

Alhamdulillah, atas kehendak Allah SWT, akhirnya Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Desain Interior Ruang Kreatif Media Video dengan Konsep Urban Sebagai Usaha Mengembangkan Industri Kreatif “ dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Terimakasih banyak bagi pihak-pihak yang sudah membantu baik dalam mencari informasi dan juga memberikan bimbingan hingga laporan ini selesai.

Diharapkan dari laporan ini, informasi-informasi yang ada dapat berguna baik sebagai referensi maupun tambahan ilmu. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan mohon maaf apabila ada tulisan dan ucapan yang kurang berkenan.



Kuisisioner mengenai Ruang Kreatif

Responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya Dea Andra salah satu mahasiswa Desain Interior ITS. Pada saat ini peneliti sedang melakukan riset untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam mengerjakan Tugas Akhir. Peneliti mengambil objek ruang kreatif yang berfokus pada media video dengan judul "Desain Interior Ruang Kreatif Media Video Dengan Konsep Urban Sebagai Usaha Untuk Mengembangkan Industri Kreatif"

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan riset desain tersebut, Peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis dan diperhitungkan. Oleh karenanya, Peneliti sangat berharap agar dalam pengisian kuesioner ini saudara/saudari berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar, sesuai dengan keyakinan saudara/saudari. Setiap jawaban yang anda berikan merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi riset desain ini, untuk itu saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas sikap kooperatif anda. Dalam mengisi kuisisioner ini anda bias memilih lebih dari satu jawaban.

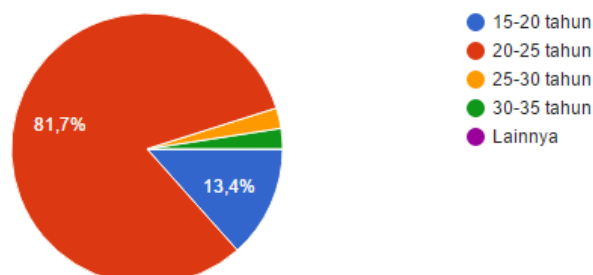
Terima kasih,

A. Demografi

1. Berapa umur anda ?

- ☐ 15 – 20 tahun
- ☐ 20 – 25 tahun
- ☐ 25 -30 tahun
- ☐ 30 – 35 tahun
- ☐ Lainnya :

Berapa umur anda? (82 tanggapan)

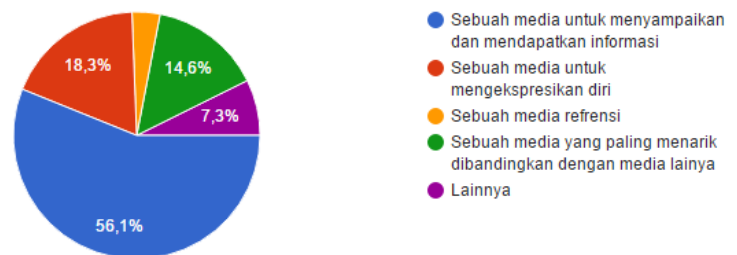




2. Apa profesi anda ?

- ☐ Mahasiswa
- ☐ Video maker
- ☐ Frelancer
- ☐
- ☐ PNS
- ☐ Pelajar
- ☐
- ☐ Pengusaha
- ☐ Lainnya :

Apa yang anda ketahui mengenai Video? (82 tanggapan)

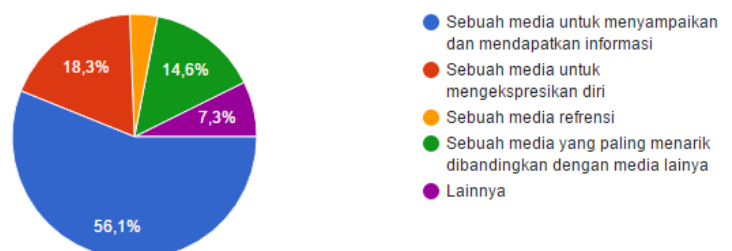


B. Pertanyaan

1. Apa yang anda ketahui mengenai video ?

- ☐ Sebuah media untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi
- ☐ Sebuah meda untuk mengekspresikan diri
- ☐ Sebuah media refrensi
- ☐ Sebuah media yang paling menarik dibandingkan media lainya
- ☐ Lainnya :

Apa yang anda ketahui mengenai Video? (82 tanggapan)

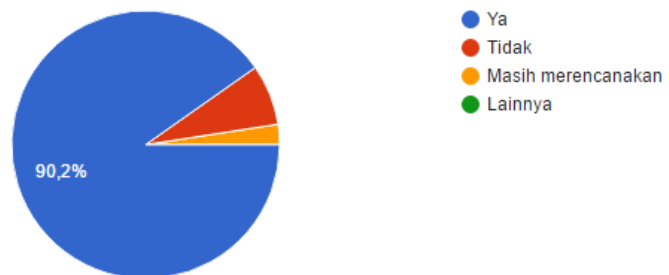




2. Apakah anda pernah membuat video ?

- Ya
- Tidak
- Masih merencanakan
- Lainnya :

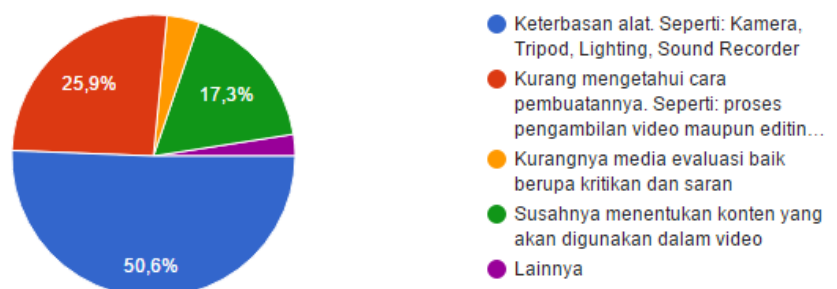
Apakah anda pernah membuat sebuah video? (82 tanggapan)



3. Jika anda pernah membuat video, kendala apa saja yang anda alami ?

- Keterbatasan alat : Kamera, Tripod, Lighting, Sound Recorder
- Kurang mengetahui cara pembuatannya, seperti: proses pengambilan video maupun editing video
- Kurangnya media evaluasi baik berupa kritikan dan saran
- Susahnya menentukan konten yang akan digunakan dalam video
- Lainnya :

Jika anda pernah membuat video, kendala apa saja yang anda alami?
(81 tanggapan)

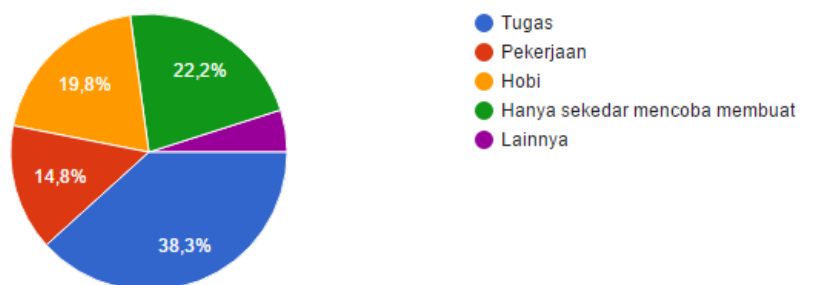




4. Alasan anda membuat video tersebut ?

- ☐ Tugas
- ☐ Pekerjaan
- ☐ Hobi
- ☐ Hanya sekedar mencoba membuat
- ☐ Lainnya :

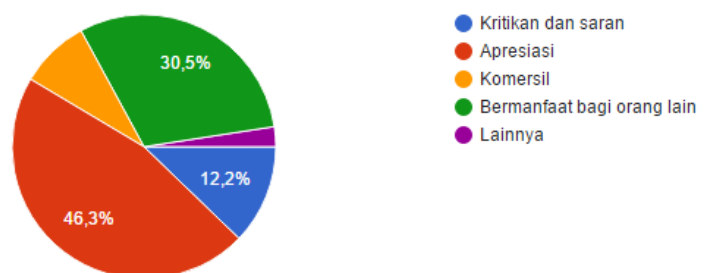
Alasan anda membuat video tersebut? (81 tanggapan)



5. Hal apa saja yang anda inginkan setelah video tersebut selesai dibuat ?

- ☐ Kritikan dan saran
- ☐ Apresiasi
- ☐
- ☐ Komersil
- ☐ Bermanfaat bagi orang lain
- ☐ Lainnya :

Hal apa saja yang anda inginkan setelah video tersebut selesai dibuat?
(82 tanggapan)

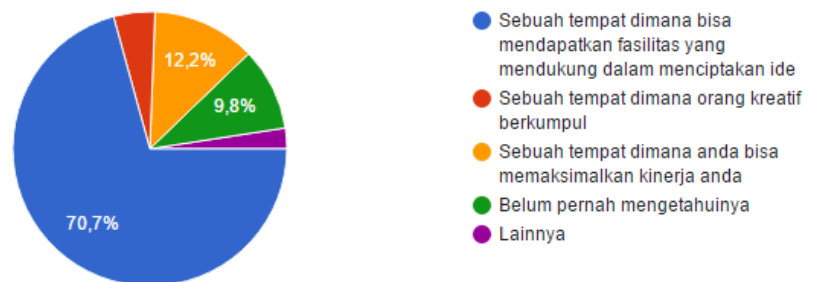


6. Apa yang anda ketahui mengenai ruang kreatif ?



- Sebuah tempat dimana bisa mendapatkan fasilitas yang mendukung dalam menciptakan ide
- Sebuah tempat dimana orang kreatif berkumpul
- Sebuah tempat dimana anda bisa memaksimalkan kinerja anda
- Belum pernah mengetahuinya
- Lainnya :

Apa yang anda ketahui mengenai ruang kreatif? (82 tanggapan)

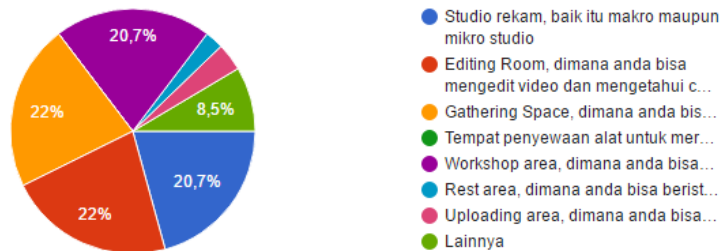


7. Sarana dan fasilitas apa saja yang anda butuhkan pada ruang kreatif untuk membuat video kreatif anda ?
- Studio rekam, baik itu makro maupun mikro studio
 - Editing room, dimana anda bisa mengedit video dan mengetahui cara mengedit video dengan baik
 - Gathering Space, dimana anda bisa bertemu dengan orang kreatif lainnya dan berbagi cerita
 - Tempat penyewaan alat untuk merekam
 - Workshop area, dimana anda bisa mendapatkan ilmu dari orang yang berpengalaman
 - Rest area, dimana anda bisa beristirahat setelah membuat video
 - Uploading area, dimana anda bisa mengunggah hasil video anda dengan cepat dan mudah
 - Lainnya :



Sarana dan fasilitas apa saja yang anda butuhkan pada ruang kreatif untuk membuat video kreatif anda?

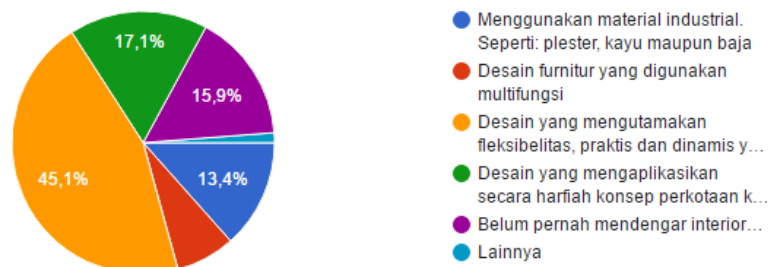
(82 tanggapan)



8. Apa yang anda ketahui mengenai desain interior urban ?

- Menggunakan material industrial, seperti: plester, kayu maupun baja
- Desain furniture yang digunakan multifungsi
- Desain yang mengutamakan fleksibilitas, praktis dan dinamis yang mendukung aktivitas pengguna
- Desain yang mengaplikasikan secara harfiah konsep perkotaan kedalam interior
- Belum pernah mendengar interior urban
- Lainnya :

Apa yang anda ketahui mengenai desain interior urban? (82 tanggapan)





#1



#2



#3



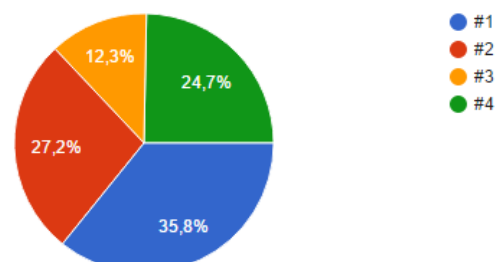
#4



9. Menurut gambar diatas, konsep desain urban mana yang cocok digunakan pada ruang kreatif ?

- ☐
- ☐ #1
- ☐ #2
- ☐ #3
- ☐ #4

Menurut gambar diatas, konsep desain urban mana yang cocok digunakan pada ruang kreatif
(81 tanggapan)

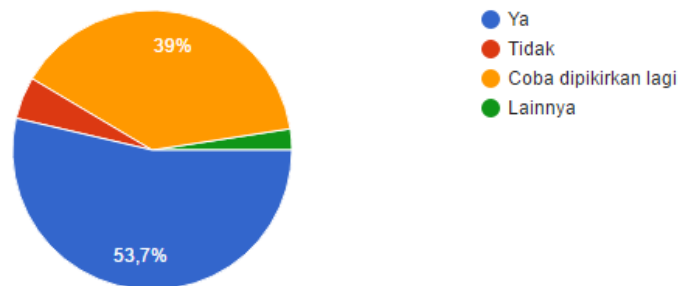




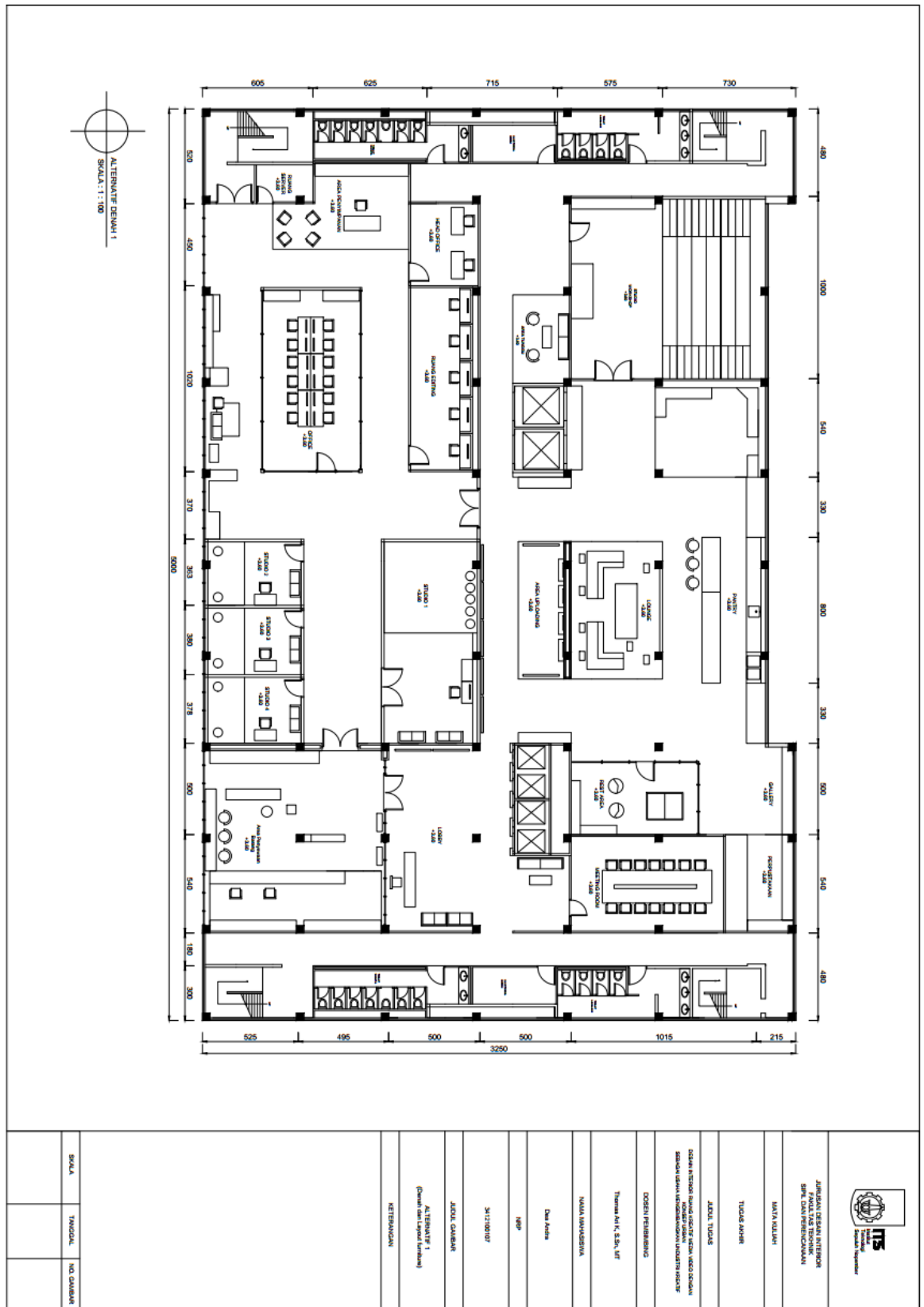
10. Setelah anda membuat video kreatif apakah anda ingin berperan aktif mengembangkan industri kreatif Indonesia subsektor videografi ?

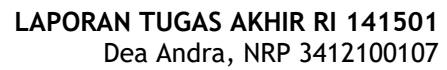
- ☐ Ya
- ☐ Tidak
- ☐ Coba dipikirkan lagi
- ☐
- ☐ Lainnya :

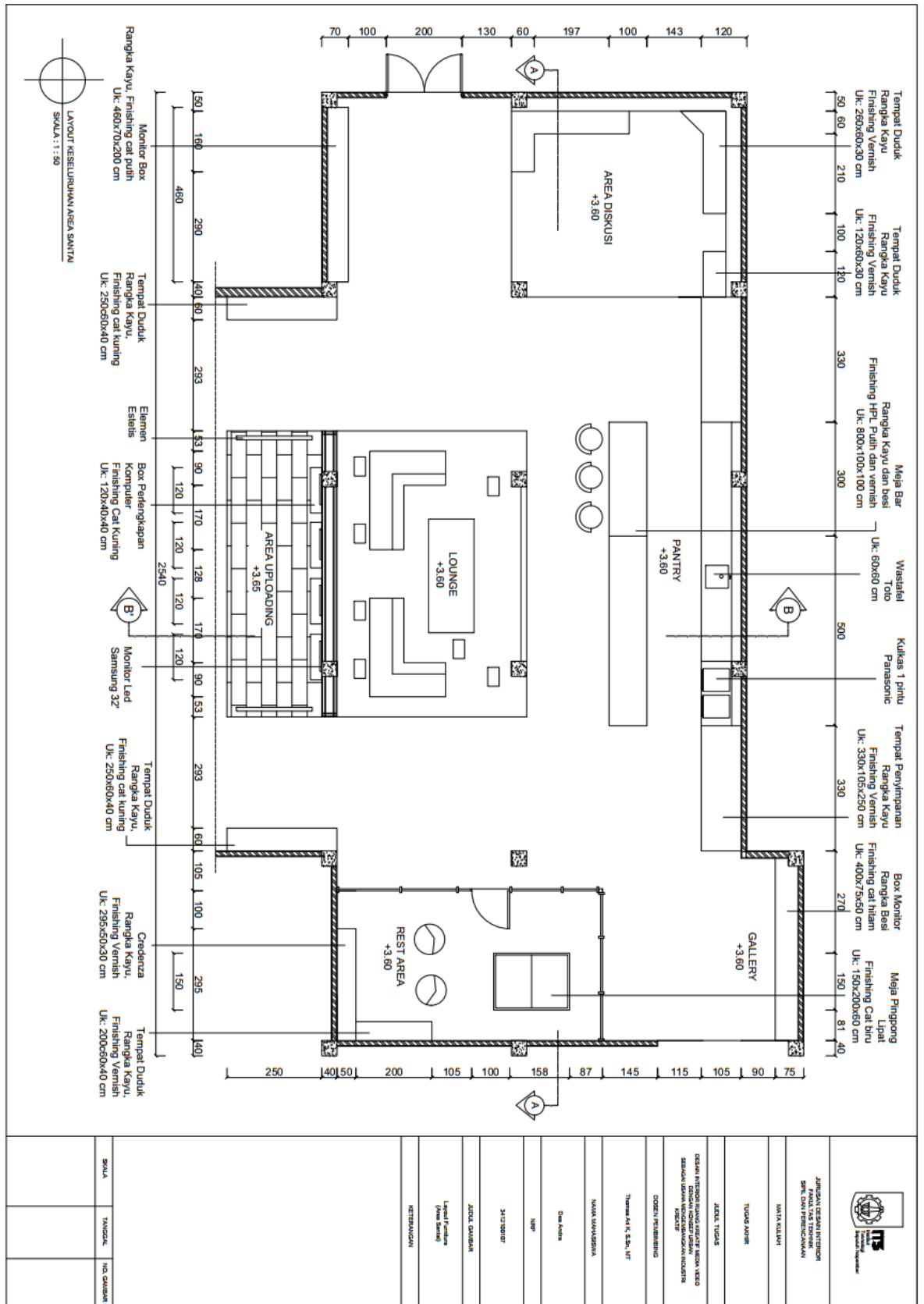
Setelah anda membuat video kreatif apakah anda ingin berperan aktif mengembangkan industry kreatif Indonesia subsektor videografi?
(82 tanggapan)

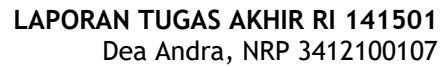


Desain Interior Ruang Kreatif
Media Video dengan Konsep Urban
Sebagai Usaha Mengembangkan Industri Kreatif









AREA PENYEWAAN BARANG RUANG KREATIF MEDIA VIDEO

141



DAFTAR PUSTAKA

Doorley, Scott and Partners. 2012. *Make Space , How to Set Stage for Creative Collaboration*. New Jersey: John Willey, Inc .

Gibson, David. 2009. *The Wayfinding Handbook, Information Design for Public Places*. New York: Princeton Architectural Press.

Pucci, Paola. 2016. *Understanding Mobilities for Designing Contemporary Cities*. Milan: Fondazione Politecnico

Panero, Julius dan Zelnik Martin. 1979. *Dimensi Manusia dan Interior*, Indonesia: Penerbit Erlangga

Menteri Perdagangan, 2008. *Industri Kreatif*. Indonesia

BIODATA PENULIS



Penulis yang bernama lengkap Dea Andra, lahir di Yogyakarta pada tanggal 8 Januari 1994 merupakan anak terakhir dari dua bersaudara. Laki-laki yang telah menempuh pendidikan formal hingga jenjang SMA di Kota Serang ini memiliki tekad, semangat dan cita-cita untuk menjadi desainer interior terkenal. Hal ini membuatnya memilih melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri dan memilih ilmu desain khususnya pada bidang desain interior di Institut Teknologi Sepuluh Nopember sejak tahun 2012. Motto hidupnya adalah “Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada karena kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon”. Mengingatkannya untuk selalu melakukan yang terbaik dan tidak mudah menyerah menghadapi setiap tantangan yang ada.

Laki-laki yang sangat menyukai hiburan dan teknologi yang selalu memberikan suatu inovasi terbaru. Media yang sangat sering digunakan untuk mendapatkan informasi maupun referensi mengenai beberapa hal adalah media video. Video yang memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan serta teknik pembuatan yang tak mudah menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis. Hal inilah yang menjadi alasan utamanya memilih judul Tugas Akhir *Desain Interior Ruang Kreatif Media Video Dengan Konsep Urban Sebagai Usaha Mengembangkan Industri Kreatif*. Dengan harapan selain mengembangkan minat masyarakat Indonesia khususnya anak muda mengenai teknik pembuatan video serta berharap media video dapat membantu mengembangkan industri kreatif.